

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *MERCHANDISE* BTS PADA  
PENGGEMAR BTS DALAM KOMUNITAS ARMY SALATIGA**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh derajat sarjana psikologi



Disusun Oleh :

**Kumala Sekar Paramitha**  
**(30702000105)**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG  
2024**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *MERCHANDISE* BTS PADA  
PENGEMAR BTS DALAM KOMUNITAS ARMY SALATIGA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Kumala Sekar Paramitha

(30702000105)

Telah disetujui untuk diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Agustin Handayani, S.Psi., M.Si

20 Mei 2024

**UNISSULA**

Semarang, 20 Mei 2024  
جامعته الإسلامية  
Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung



Dr. Joko Rumoro, S.Psi., M.Si

NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

**Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku  
Konsumtif Belanja Merchandise BTS pada Penggemar BTS  
dalam Komunitas**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Kumala Sekar Paramitha**

30702000105

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada 29 Mei 2024

**Dewan Penguji**

1. Dra. Rohmatun, M. Si., Psikolog
2. Luh Putu Shanti Kusumaningsih, M. Psi, Psikolog
3. Agustin Handayani, S.Psi, M.Si

**Tanda Tangan**



Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 29 Mei 2024

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



**Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si**  
NIDN. 210799001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya Kumala Sekar Paramitha dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang sepengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan telah disebutkan dalam daftar pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut

Semarang, 20 Mei 2024  
Yang menyatakan



## MOTTO

“Dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

(QS. Al-An'am [6:141])

“Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

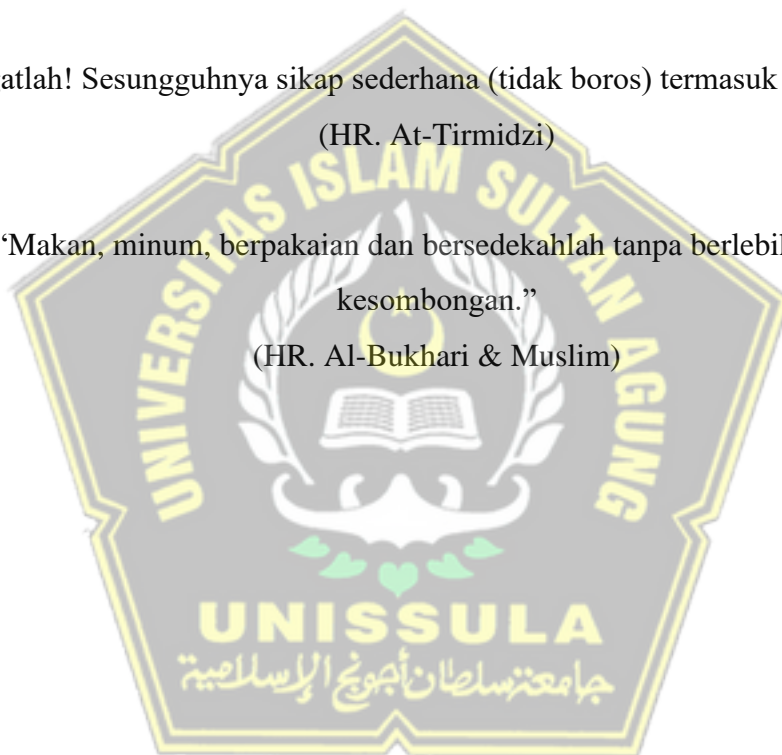
(QS. Al-A'raf [7:31])

“Ingatlah! Sesungguhnya sikap sederhana (tidak boros) termasuk dari iman.”

(HR. At-Tirmidzi)

“Makan, minum, berpakaian dan bersedekahlah tanpa berlebihan dan kesombongan.”

(HR. Al-Bukhari & Muslim)



## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa kesehatan, kemudahan, serta kekuatan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan karya ini.

Dengan izin Allah kupersembahkan karya ini kepada Ayah dan Ibuku tercinta, Teguh Budiawan dan Adilah Sofiyati, panutan dalam hidupku, yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan kepada penulis, serta selalu memberikan cinta dan kasih sayang yang tak terbatas. Begitupun kepada kakak dan adikku tersayang, Kidung Asmaradana dan Gathan Abel Haikal yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan karya ini dengan baik.

Dosen pembimbing, ibu Agustin Handayani, S.Psi., M.Si yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, memberikan ilmu, pengetahuan, masukan, saran, nasehat, dukungan dan motivasi kepada penulis sampai karya ini dapat terselesaikan.

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang, almamater kebanggaan penulis.



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah, dan ridho-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna memperoleh gelar S-1 Sarjana Psikologi. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Besar Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di *yumul qiyamah aamiin allahumma aamiin.*

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna seperti apa yang diharapkan. Dalam penyusunan ini penulis tentu saja banyak mengalami hambatan dan kesulitan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan rasa hormat dan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam proses akademik serta apresiasi dan motivasinya terhadap siswa untuk terus berprestasi.
2. Ibu Agustin Handayani, S.Psi., M.Si yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Ruseno Arjanggi, S.Psi., M.A., Psikolog selaku dosen wali di Fakultas Psikologi yang memberikan bimbingan, nasehat, arahan, saran dan masukan selama proses perkuliahan di UNISSULA.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang sangat bermanfaat hingga saat ini dan kemudian hari.
5. Bapak dan Ibu Staff Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan kemudahan dalam mengurus proses administrasi dari awal perkuliahan hingga selesai.

6. Ayah dan Ibu tercinta, Teguh Budiawan dan Adilah Sofiyati yang senantiasa mendo'akan penulis, memberikan kasih sayang, dukungan dan semangat kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
  7. Kakak dan adik tersayang Kidung Asmaradana dan Gathan Abel Haikal yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
  8. Admin dan teman-teman Army Salatiga yang telah berkontribusi besar dalam penyelesaian skripsi ini dengan meluangkan waktu untuk mengisi skala.
  9. Sahabat penulis Bintang, Noni, Hana, Adila, Cindy, Nina, Acik, Linda, Fani, dan Saul yang selalu setia mendengarkan cerita penulis baik ketika senang maupun sedih, yang senantiasa selalu ada untuk penulis dan tanpa pamrih membantu penulis dalam kesulitan dan memberikan semangat tiada henti.
  10. Teman penulis, Rina, Intan, Lilik, Itsna, dan Laya yang telah menemani, menjadi tempat bertukar cerita dan menghibur penulis. Terimakasih telah menjadi teman yang baik selama di perkuliahan dan selalu memberikan wadah bagi penulis untuk berdiskusi dan bercerita banyak hal.
  11. Kepada Desyi Nur Syavitri yang sudah senantiasa membantu dan tanpa pamrih mau berdiskusi dengan penulis terkait proses pengerjaan skripsi ini.
  12. Teman-teman Senat Mahasiswa 2021/2022 dan 2022/2023 dan alumni Intership BNN Semarang yang telah kebersamai dan memberikan kenangan yang tak terlupakan selama masa perkuliahan.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan psikologi dan semua pihak yang membutuhkan.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semarang, 20 Mei 2024

Penulis

Kumala Sekar Paramitha



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Perilaku Konsumtif.....	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	10
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif...	11
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	12
B. Konformitas.....	15
1. Pengertian Konformitas.....	15
2. Faktor yang Mempengaruhi Konformitas.....	17
3. Aspek Konformitas.....	18

C.	Kontrol Diri .....	19
1.	Pengertian Kontrol Diri .....	19
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri.....	21
3.	Aspek-aspek Kontrol Diri .....	22
D.	Hubungan Antara Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif.....	24
E.	Hipotesis .....	25
BAB III	METODE PENELITIAN .....	26
A.	Identifikasi Variabel Penelitian .....	26
B.	Definisi Operasional.....	26
1.	Perilaku Konsumtif.....	26
2.	Konformitas.....	27
3.	Kontrol Diri .....	27
C.	Populasi, Sampel dan Sampling .....	27
1.	Populasi .....	27
2.	Sampel.....	28
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	28
D.	Metode Pengumpulan Data .....	28
1.	Skala Perilaku Konsumtif.....	29
2.	Skala Konformitas.....	30
3.	Skala Kontrol Diri .....	30
E.	Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur.....	30
1.	Validitas.....	30
2.	Uji Daya Beda Aitem .....	31
3.	Reliabilitas Alat Ukur.....	32
F.	Teknik Analisis Data .....	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A.	Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian.....	33
1.	Orientasi Kacah Penelitian .....	33

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian.....	34
B. Pelaksanaan Penelitian .....	45
C. Analisis Data dan Hasil Penekitian .....	46
1. Uji Asumsi.....	46
2. Uji Hipotesis.....	48
D. Deskripsi Hasil Pembahasan .....	50
1. Deskripsi Data Perilaku Konsumtif.....	50
2. Deskripsi Data Konformitas .....	51
3. Deskripsi Data Kontrol Diri .....	52
E. Pembahasan .....	53
F. Kelemahan Penelitian.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	60
LAMPIRAN.....	64



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif .....	29
Tabel 2.	<i>Blueprint</i> Skala Konformitas.....	30
Tabel 3.	<i>Blueprint</i> Skala Kontrol Diri .....	30
Tabel 4.	Rincian Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif .....	36
Tabel 5.	Rincian Distribusi Aitem Skala Konformitas.....	36
Tabel 6.	Rincian Distribusi Aitem Skala Kontrol Diri.....	37
Tabel 7.	Rincian Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah pada Skala Perilaku Konsumtif .....	40
Tabel 8.	Rincian Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah pada Skala Konformitas.....	41
Tabel 9.	Rincian Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah pada Skala Kontrol Diri .....	42
Tabel 10.	Sebaran Nomor Aitem Skala Perilaku Konsumtif .....	43
Tabel 11.	Sebaran Nomor Aitem Skala Konformitas .....	44
Tabel 12.	Sebaran Nomor Aitem Skala Kontrol Diri.....	45
Tabel 13.	Hasil Uji Normalitas .....	46
Tabel 14.	Hasil Uji Normalitas Dengan Menggunakan Nilai Residual .....	47
Tabel 15.	Hasil Uji Linieritas .....	47
Tabel 16.	Kategorisasi Norma.....	50
Tabel 17.	Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif.....	51
Tabel 18.	Kategorisasi Norma Skala Perilaku Konsumtif .....	51
Tabel 19.	Deskripsi Skor Skala Konformitas.....	52
Tabel 20.	Kategorisasi Norma Skala Konformitas.....	52
Tabel 21.	Deskripsi Skor Skala Kontrol Diri .....	53
Tabel 22.	Kategorisasi Norma Skala Kontrol Diri .....	53

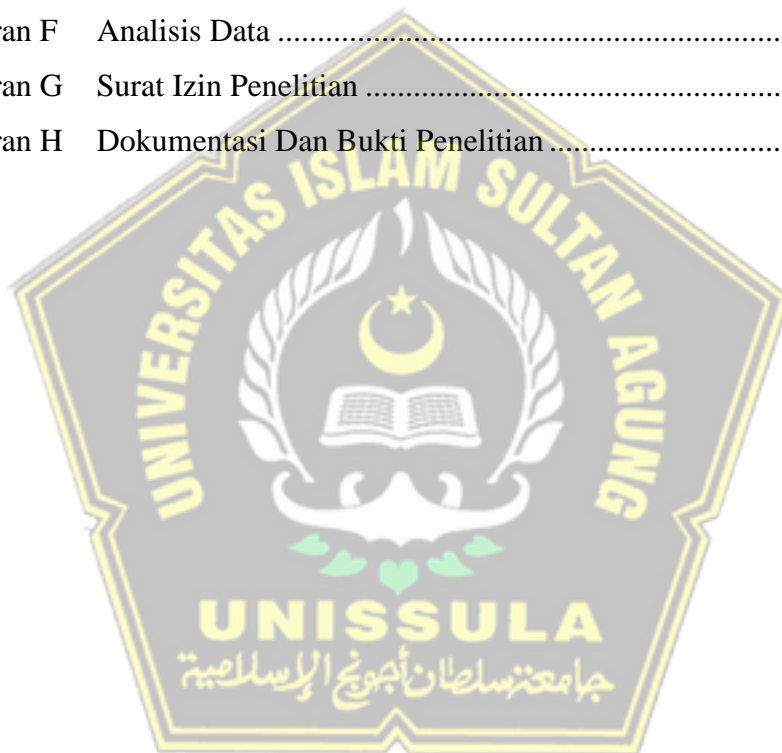
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kategorisasi Norma Skala Perilaku Konsumtif .....	51
Gambar 2. Kategorisasi Norma Skala Konformitas.....	52
Gambar 3. Kategorisasi Norma Skala Kontrol Diri.....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Skala Uji Coba.....	65
Lampiran B	Tabulasi Data Skala Uji Coba .....	78
Lampiran C	Reliabilitas Dan Daya Beda Aitem Skala.....	88
Lampiran D	Skala Penelitian .....	95
Lampiran E	Tabulasi Data Skala Penelitian.....	105
Lampiran F	Analisis Data .....	118
Lampiran G	Surat Izin Penelitian .....	124
Lampiran H	Dokumentasi Dan Bukti Penelitian.....	126





**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI  
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *MERCHANDISE* BTS  
PADA PENGGEMAR BTS DALAM KOMUNITAS  
ARMY SALATIGA**

<sup>1</sup>Kumala Sekar Paramitha\*,  
Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang  
Email: [kumalasekar@std.unissula.ac.id](mailto:kumalasekar@std.unissula.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *merchandise* BTS pada penggemar BTS dalam Komunitas Army Salatiga. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Populasi penelitian ini yaitu anggota Army Salatiga yang berjumlah 242 dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 142 anggota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *simple random sampling*. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan 3 skala yaitu skala perilaku konsumtif berjumlah 25 aitem dengan reliabilitas 0,888. Skala konformitas berjumlah 18 aitem dengan reliabilitas 0,910. Skala kontrol diri berjumlah 23 aitem dengan reliabilitas 0,936. Analisis data hipotesis pertama pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Army Salatiga diperoleh R sebesar 0.840 dan  $F_{hitung}$  sebesar 121.782 dengan taraf signifikansi sebesar 0.000 ( $p < 0.05$ ) sehingga hipotesis pertama diterima. Analisis kedua dan ketiga menggunakan korelasi parsial, hasil uji hipotesis kedua antara konformitas dengan perilaku konsumtif memperoleh nilai  $r_{x1y}$  sebesar 0.269 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0.006 ( $p < 0.05$ ), yang artinya ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada Army Salatiga maka hipotesis kedua diterima. Hasil uji hipotesis ketiga antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif diperoleh nilai  $r_{x2y}$  sebesar (-0.430) dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0.000 ( $p < 0.05$ ), artinya ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada armysalatiga, sehingga hipotesis ketiga diterima. Sumbangan efektif variabel konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar 70,5%.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumtif, Konformitas, Kontrol Diri

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CONFORMITY AND SELF-CONTROL  
WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF BTS MERCHANDISE SHOPPING  
FOR BTS FANS IN THE ARMY SALATIGA COMMUNITY**

<sup>1</sup>*Kumala Sekar Paramitha\**,  
Faculty Of Psychology  
Sultan Agung Islamic University  
Corresponding Author:  
[kumalasekar@std.unissula.ac.id](mailto:kumalasekar@std.unissula.ac.id)

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the relationship between conformity and self-control and consumptive behavior in shopping for BTS merchandise among BTS fans in the Salatiga Army Community. This research uses quantitative correlational methods. The population of this study was 242 Army Salatiga members and the sample in this study was 142 members. The method used in this research is simple random sampling. Data collection in this study used 3 scales, namely the consumer behavior scale of 25 items with a reliability of 0.888. The conformity scale consists of 18 items with a reliability of 0.910. The self-control scale consists of 23 items with a reliability of 0.936. Analysis of the first hypothesis data in this study used multiple regression analysis, the results of the analysis showed that there was a significant relationship between conformity and self-control and consumer behavior in the Salatiga Army, obtained R of 0.840 and Fhitung of 121.782 with a significance level of 0.000 ( $p < 0.05$ ) so that the first hypothesis is accepted. The second and third analyzes used partial correlation, the results of the second hypothesis test between conformity and consumptive behavior obtained a value of  $rx1y$  of 0.269 with a significance level of 0.006 ( $p < 0.05$ ), which means there is a significant positive relationship between conformity and consumptive behavior in Army Salatiga, so the second hypothesis is accepted. The results of the third hypothesis test between self-control and consumptive behavior obtained a value of  $rx2y$  of (-0.430) with a significance level of 0.000 ( $p < 0.05$ ), meaning that there is a negative relationship between self-control and consumptive behavior in Army Salatiga, so the third hypothesis is accepted. The effective contribution of conformity and self-control variables to consumer behavior is 70.5%.*

**Keywords:** *Consumptive Behavior, Conformity, Self-Control*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman dan fenomena globalisasi yang tengah terjadi saat ini sangat berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah kebudayaan. Dengan mudahnya budaya dari luar masuk ke dalam Indonesia melalui arus globalisasi. Saat ini, budaya yang sedang diminati oleh remaja maupun orang dewasa di Indonesia adalah budaya Korea Selatan, yang populer dengan sebutan Gelombang Korea atau *Hallyu*. Gelombang Korea mengacu pada kepopuleran hiburan dan budaya Korea Selatan diberbagai negara, termasuk Indonesia. *Korean Wave* telah menyebar dengan cepat dan memberikan dampak yang nyata dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Salah satu penyebab diterimanya *Korean Wave* secara luas di Indonesia adalah perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan akses mudah terhadap konten-konten budaya Korea. *Korean Wave* telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di Indonesia, termasuk tren fashion, musik, drama televisi, dan makanan. Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya Korea Selatan telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern di Indonesia, serta menggambarkan bagaimana arus globalisasi dan teknologi informasi berperan dalam penyebaran dan adopsi budaya di seluruh dunia.

Bentuk penyebaran *Korean Wave* di Indonesia dimulai dari dunia hiburan yang dibuat dengan baik untuk mempromosikan budaya Korea, seperti film, drama TV (K-Drama), musik (K-Pop), dan barang-barang yang diproduksi di Korea Selatan yang mana secara tidak langsung dapat mempromosikan kebudayaannya ke Indonesia sehingga membawa keuntungan besar bagi Korea Selatan. Saat ini musik Korea atau yang dikenal dengan istilah (*Korean Pop*) K-Pop sangat menarik perhatian remaja dan orang dewasa di Indonesia. Indonesia mencapai puncak dalam nominasi top lima negara yang memiliki jumlah penggemar K-Pop terbesar di dunia. Puncak popularitas (*Korean Pop*) K-Pop di Indonesia dimulai pada tahun 2000-an. Artis K-Pop tidak sekedar memiliki vokal yang baik, tetapi juga memiliki visual yang tampan, gerakan yang energik serta penampilan yang sangat menarik.

Sehingga hal itu menjadi daya tarik artis K-Pop bagi penggemarnya. Salah satu *boyband* Korea yang memiliki jumlah penggemar terbanyak adalah *boyband* BTS.

BTS atau yang dikenal dengan *Bangtan Sonyeondan* merupakan *boyband* yang berasal dari Korea Selatan yang pertama kali debut di Seoul pada Juni 2013 (Tanya et al., 2020). *Bangtan Sonyeondan* memiliki arti *Bulletproof Boy Scouts* yang dalam bahasa Indonesia *Bulletproof* artinya peluru sedangkan *Sonyeondan* yaitu sekumpulan anak laki-laki. Anggota BTS terdiri dari tujuh orang pria yang memiliki beragam bakat dan kemampuan diantaranya yaitu Kim Namjoon (RM), Kim Seokjin (Jin), Min Yoongi (SUGA), Jung Hoseok (J-Hope), Park Jimin (Jimin), Kim Taehyung (V), dan Jeon Jungkook (Jungkook). Setiap anggota BTS memiliki peran dan kontribusi yang unik dalam grup, baik sebagai penyanyi, rapper, penulis lagu, atau penari. Dengan kolaborasi keahlian yang dimilikinya, BTS telah menciptakan musik yang memukau dan mendapatkan pengakuan di tingkat global. BTS berdiri dibawah naungan agensi BigHit Entertainment atau Bighit Music. BTS memiliki sekelompok penggemar atau *fanbase* dari berbagai negara yang diberi sebutan ARMY. Dengan penggemar terbesar saat ini, ARMY telah menyebar di seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Kepanjangan dari ARMY itu sendiri yaitu *Adorable Representative M.C For Youth*. Menurut kamus Bahasa Inggris ARMY artinya tentara. Hal ini berkaitan dengan arti dari nama BTS yang merupakan sekumpulan anak laki-laki yang mengenakan rompi anti peluru. Oleh karena itu ARMY sangat berkaitan erat dengan BTS (Azmi, 2022).

Kepopuleran BTS dikalangan penggemarnya dapat menjadi salah satu faktor meningkatnya peminat musik di berbagai negara salah satunya di Indonesia (S. M. Putri & Zulfiningrum, 2022). Dilansir dari hotdetik.com (2020), Indonesia menempati posisi kedua tersebar pemutar lagu K-Pop setelah Amerika Serikat. Fenomena ini menunjukkan betapa besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap musik K-Pop. Salah satu faktor kesuksesan BTS adalah keterbukaan anggotanya terhadap penggemar, serta dukungan yang kuat dari penggemar BTS yang disebut ARMY. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa BTS juga termasuk *boyband* Korea Selatan yang memiliki banyak prestasi dalam dunia industri musik. Hal ini dibuktikan dari prestasi yang telah diperolehnya yaitu 5 kali berturut-turut BTS



menjadi pemenang dalam acara *Billboard Musik Award* dengan kategori Top Social Artist yang diadakan di Amerika dan BTS juga telah 2 kali masuk kedalam nominasi Grammy Award (S. M. Putri & Zulfiningrum, 2022).

Aktifitas yang biasanya dilakukan oleh ARMY untuk menunjukkan kecintaannya terhadap idolanya yaitu bisa dilakukan melalui beragam kegiatan seperti mendengarkan musik, *streamingmusik*, melakukan *voting*, dan menonton YouTube baik dalam bentuk Musik Video (MV) atau *reality show* yang dimana dalam acara-acara tersebut melibatkan BTS. Selain itu, bentuk dukungan ARMY untuk BTS bisa dilakukan dengan membeli *merchandise* atau pernak-pernik sang idola. *Merchandise* adalah berbagai macam bentuk pernak-pernik yang berkaitan dengan idol K-Pop seperti album, majalah, *lighstick*, *standing figure*, dvd, *photocard*, tas, baju, kalung, dan *keyring*. Banyak remaja dan orang dewasa yang sangat mengagumi dan menyukai aktor atau idolanya yang berasal dari Korea Selatan sehingga menyebabkan rasa kagum tersebut mengarah pada perilaku konsumtif seperti membeli pernak-pernik idolanya (album, poster, majalah, dvd, *lighstick*, ataupun *merch* lainnya) dan membeli tiket konser idolanya.

Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan atau sikap seseorang yang dilakukan di luar pertimbangan yang rasional. Hal ini dapat terjadi karena dorongan atau hasrat yang tidak logis lagi. Perilaku konsumtif muncul saat individu melakukan pembelian yang tidak berdasarkan pada kebutuhan yang logis atau rasional, tetapi didorong oleh hasrat atau keinginan yang kuat. Menurut Lubis (Deviyanti, 2022) perilaku konsumtif terjadi ketika individu membeli barang atau jasa di luar kebutuhan yang rasional, melainkan dipicu oleh keinginan atau dorongan yang kuat. Dalam konteks ini, individu cenderung membeli sesuatu karena keinginan (*want*) bukan karena kebutuhan (*need*). Sedangkan menurut Merliani (A. Setiawan & Saragih, 2022) perilaku konsumtif diartikan sebagai bentuk pemborosan dalam penggunaan barang-barang yang tidak semestinya, tetapi dibeli karena adanya dorongan hasrat atau keinginan sementara. Ini menandakan bahwa perilaku konsumtif seringkali bersifat impulsif dan tidak terkendali, yang dapat menyebabkan pemborosan dalam pengeluaran individu.

Dari hasil wawancara dengan beberapa anggota komunitas Army Salatiga, peneliti menemukan bahwa salah satu anggota dari komunitas Army Salatiga tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang hendak peneliti angkat yaitu perilaku konsumtif yang ditandai dengan adanya pembelian pernak-pernik atau *merchandise* dari idola mereka. Pembelian tersebut dilakukan semata-mata untuk keperluan koleksi pribadi demi memenuhi kepuasan dan kesenangan diri sendiri, bahkan ketika mereka sudah memiliki barang-barang yang diinginkan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan.

Wawancara pada subjek A (21 Tahun, P) menyatakan :

*“Aku itu beli-beli merchandise karena aku kan join grup kan mba, nah salah satu anggota grup itu ada yang habis beli merchandise terus ngasih testimoni gitu jadi aku pengen beli juga. Dalam hati itu rasanya ‘wahh kayaknya aku juga harus punya nih’. Apalagi kalau aku lihat di tiktok ada video tiktok yang unboxing album atau merch lain dalam hati pasti menggebu-gebu pengen beli dan rasanya ada yang bisikin ‘mending nyesel beli daripada nyesel ngga beli’ mungkin juga bisa dibilang aku iri atau fomo melihat temen-temenku punya merch tersebut jadi mau ngga mau ya aku beli mba. Kadang aku nyesel udah beli merch mahal-mahal tapi ya setelah itu kalau ada pengeluaran terbaru lagi aku beli mba. Aku beli merch-merch gitu ya hanya untuk koleksi pribadi aja si mba dan ngga ada niatan mau aku jual. Aku juga udh beberapa kali nahan buat ngga beli karena kan uangnya mau aku tabung buat beli tiket konser, tapi lagi-lagi aku ngga bisa ngontrolnya hehe”.*

Wawancara pada subjek F (23 Tahun, P) menyatakan :

*“Dulu itu aku suka banget jajan printilan-printilan kpop gitu, pokoknya seneng banget deh apalagi buat berburu PC yang tak incer ngga kaleng-kaleng effortnya. Awal mula aku beli-beli gituan paling majalah, kipas, album, poster official atau unofficial. Aku beli itu ya untuk koleksi aja si sebenarnya karena aku ngerasa ada feel tersendiri kalau bisa collect lengkap, kayak ada rasa puas dan senang tersendiri apalagi megang barang yang official yang harganya lumayan lah yaa apalagi kan dulu kalau mau beli gituan harus PO dulu dan bisa sampai berbulan-bulan jadi super-duper excited pol kalau barangnya udah dating terus bisa pamer nih ke temen-temenku. Alasanku beli gitu-gituan ya selagi ada dana ya buat nyenengin diri sendiri biar ngga stress, terus kebahagiaan seorang kpopers kan ada di merch-merch itu apalagi kalau ngoleksi merch-merch yang lucu-lucu gitu*



*bisa bikin mood naik sih. Terus selain itu, aku beli itu juga buat mendukung idol tersebut biar chartnya naik”.*

Wawancara pada subjek A (22 Tahun, P) menyatakan :

*“Aku beli merchandise emang kemauanku sendiri karena aku udah terobsesi sama idolaku, jadi setiap ada merch pengeluaran terbaru aku gabisa nahan buat ngga beli merch itu apalagi kalau misal photocardnya ganteng-ganteng ya. Kayak ‘ngga bisa ngga bisa itu terlalu ganteng dan aku harus punya itu’. Aku merasa puas dan ada kesenangan atau kebahagiaan tersendiri setelah aku beli photocard atau merch tersebut. Paling banyak aku ngoleksi PC sama printilan-printilannya gitu sih kayak keyring sama boneka. Sejauh ini aku belum bisa nahan untuk ngga beli merch, pasti setiap ada keluaran terbaru dan aku suka itu pasti aku beli walaupun itu susah. Dulu aku pernah sampai minta tolong ke kenalanku gitu buat nyariin PC apa aku lupa karena yang di officialnya udah sold dan itu susah nyarinya. Tapi kalau emang aku kurang suka ya aku bakal pertimbangin lagi karena menurutku cuma itu yang bisa aku lakuin buat support dan menghargai karya idolaku karena kan aku belum bisa nonton konsernya”.*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap beberapa anggota Army Salatiga diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek termasuk dalam kategori individu yang berperilaku konsumtif yang dikarenakan adanya keinginan berbelanja *merchandise* secara terus menerus untuk mendukung idola dan hanya sekedar untuk memuaskan diri sendiri. Selain itu, ada pula yang menyatakan bahwa ia membeli barang-barang tersebut karena tidak bisa menahan dirinya untuk tidak membeli dan terpengaruh oleh anggota kelompok karena adanya persaingan antar sesama anggota kelompok.

Fromm (Septiani et al., 2022) mengatakan bahwa pembelian barang-barang yang berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhan dapat menjadikan individu berperilaku konsumtif. Solomon (Septiani et al., 2022) perilaku konsumtif merupakan proses konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dengan mengutamakan kesenangan dan keinginan sesaat. Menurut Sumartono (Fransisca dan Erdiansyah, 2020) perilaku konsumtif merupakan salah satu tindakan dalam proses pembelian barang atau produk tidak berdasarkan pertimbangan yang logis atau masuk akal dan tidak sesuai kebutuhan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi individu untuk berperilaku konsumtif. Konformitas menjadi faktor eksternal yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sedangkan kontrol diri menjadi faktor internal yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Yuliantari & Herdiyanto, 2015). Menurut Myers (Deviyanti, 2022) konformitas ialah ketika individu mengubah perilakunya karena adanya tekanan yang berasal dari dalam kelompok. Santrock (Nofitriani, 2020) menjelaskan bahwa konformitas dapat terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa didesak baik dalam bentuk desakan nyata ataupun desakan bayangan. Individu yang melakukan konformitas terhadap kelompok seringkali didasarkan pada suatu harapan dalam sebuah kelompok. Sehingga banyak dari penggemar K-Pop BTS membeli dan mengkonsumsi atau mengoleksi barang-barang tersebut untuk menjadikan dirinya agar diterima didalam suatu kelompok.

Adanya suatu kelompok dapat berpengaruh terhadap kehidupan seseorang, sehingga tidak sedikit perilaku seseorang terbentuk karena adanya pengaruh dari kelompok baik yang positif ataupun negatif. Individu yang bergabung dalam sebuah kelompok, tentunya dirinya akan memiliki kecenderungan untuk menyukai dan melakukan hal serupa dengan anggota kelompok yang lainnya (Taylor dalam Zufa & Kushartati, 2021). Amalia (Fadillah & Ratnasari, 2023) menjelaskan bahwa para penggemar K-Pop membeli *merchandise* karena adanya manfaat simbolis yang ingin dimilikinya bukan atas pertimbangan fungsi dan manfaat dari barang tersebut. Manfaat tersebut yaitu adanya pengakuan dari kelompoknya bahwa dia juga seseorang yang sangat mengidolakan idolanya. Semakin banyak dia mengoleksi *merchandise*, semakin menunjukkan bahwa dia merupakan individu yang sangat mendukung karir idolanya.

Selain konformitas, kontrol diri juga dapat mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif. Para penggemar K-Pop memiliki kecenderungan tidak mampu mengontrol perilakunya dan mengalami kesulitan untuk mengendalikan dorongan yang timbul karena stimulus lingkungan saat melihat atau melakukan pembelian *merchandise* sehingga menyebabkan individu tersebut berperilaku konsumtif. Kontrol diri merupakan salah satu bagian dari kepribadian yang dapat

mempengaruhi perilaku individu ketika melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa (Munandar dalam Nofitriani, 2020). Kontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki individu untuk mengendalikan tingkah lakunya dengan cara menahan, mengatur, menekan dan mengarahkan dorongan-dorongan dengan berbagai pertimbangan sehingga pengambilan keputusan yang salah dapat dihindari (Nofitriani, 2020).

Kontrol diri adalah ketrampilan yang dimiliki oleh individu untuk menahan, mengatur, menyusun, serta mengarahkan diri mereka ke arah yang positif atau ke yang lebih baik (N. L. T. Putri et al., 2023). Selain itu, kontrol diri juga didefinisikan sebagai kemampuan mengendalikan dorongan atau keinginan yang muncul pada individu saat menghadapi tantangan dan godaan (Willems dalam Siallagan et al., 2021). Oleh karena itu, individu perlu memiliki kontrol diri yang baik dalam merespon lingkungannya termasuk dalam mempertimbangkan aspek kebutuhan dalam melakukan pembelian. Sehingga kontrol diri merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi individu berperilaku konsumtif.

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (N. L. T. Putri et al., 2023) yang berjudul "*Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop*". Dari hasil analisis data dalam penelitian tersebut mengindikasikan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop ( $P = 0,001$ ,  $R = 0,055$ ). Hasil analisis data menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki seseorang, semakin rendah perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya, semakin rendah kontrol diri yang dimilikinya, maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fitriyani et al., 2013) yang berjudul "*Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang*". Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif, nilai koefisien korelasi R sebesar 0,330 sedangkan tingkat signifikansi P sebesar 0,000 ( $P < 0,05$ ). Hasil analisis data pada penelitian tersebut membuktikan bahwa ada korelasi antara tingkat konformitas dengan perilaku konsumtif. Apabila semakin tinggi tingkat konformitas yang dimiliki seseorang, semakin tinggi pula

perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas yang dimilikinya, semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang diusulkan saat ini terletak pada penentuan subjek dan penambahan variabel bebas. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konformitas dan kontrol diri sebagai variabel bebasnya. Selain itu, partisipan yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah individu yang merupakan penggemar BTS dan sekaligus anggota komunitas Army Salatiga. Meninjau kembali uraian diatas yang mengungkapkan adanya keterkaitan antara variabel konformitas, kontrol diri dan perilaku konsumtif pada para penggemar K-Pop. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Hubungan Antara Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Merchandise BTS Pada Penggemar BTS Dalam Komunitas Army Salatiga*”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah penelitian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: apakah ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *merchandise* BTS pada penggemar BTS dalam komunitas Army Salatiga?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *merchandise* BTS pada penggemar BTS dalam komunitas Army Salatiga?

#### D. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menambah informasi yang diperlukan yang berkaitan dengan teori psikologi, terutama dibidang psikologi sosial, serta diharapkan bisa bermanfaat bagi penelitian selanjutnya terkait perilaku konsumtif, konformitas dan kontrol diri.

##### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai seberapa besar prosentase hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *merchandise* BTS pada penggemar BTS dalam komunitas Army Salatiga.





## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Istilah konsumtif didefinisikan sebagai perilaku pemborosan dengan melibatkan penggunaan barang atau jasa secara berlebihan. Individu yang telah menunjukkan perilaku konsumtif cenderung mengutamakan keinginan pribadi daripada kebutuhan praktis. Hal ini mengakibatkan kurangnya prioritas dalam pengeluaran individu tersebut. Mowen dan Minor (dalam Nofitriani, 2020) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku dalam pembelian barang-barang yang dilakukan oleh individu yang tidak atas dasar pertimbangan yang rasional, melainkan hanya untuk mendapatkan kesenangan semata. Sedangkan Sumartono (dalam Khoiriyah & Hakim, 2023) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan hidup dan tanpa memikirkan manfaat atau kegunaan produk tersebut.

Astuti (Durandt & Wibowo, 2021) perilaku konsumtif juga diartikan sebagai kegiatan pembelian yang dilakukan oleh setiap individu dengan membelanjakan barang-barang secara berlebih yang hanya berdasarkan keinginan pribadi, tanpa mempertimbangkan kebutuhan lainnya. Sedangkan perilaku konsumtif menurut Dikria & Mintarti (A. M. Siallagan, Derang, dan Nazara, 2021) adalah suatu hasrat yang ada dalam diri individu untuk membeli barang secara berlebihan, bahkan sebenarnya kurang dibutuhkan atau diperlukan. Sehingga individu yang berperilaku konsumtif cenderung menimbulkan sifat boros dan tidak memiliki manfaat yang baik bagi dirinya.

Mowen dan Minor (Septiani et al., 2022) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli barang-barang hanya untuk memperoleh kesenangan sesaat. Perilaku konsumtif dapat terjadi pada berbagai jenis produk seperti pembelian dalam produk *makeup*, pakaian, makanan, *merchandise*, dan



produk-produk lainnya. Selain itu, perilaku konsumtif juga bisa terjadi pada berbagai tingkatan usia. Semua orang bisa saja berperilaku konsumtif, sehingga perilaku konsumtif tidak memandang perbedaan gender ataupun tingkatan usia. Perilaku konsumtif sering kali dilakukan oleh setiap individu dengan tujuan untuk meminta validasi dari orang lain agar dirinya dipuji atas status kekayaan yang dimilikinya, serta demi memperoleh kepuasan dirinya sendiri. Hal ini sering terkait dengan dorongan untuk memperoleh pengakuan dari orang lain, memenuhi keinginan akan barang-barang mewah, atau bahkan sekadar untuk meningkatkan rasa bahagia dan kepuasan diri sendiri. Dilihat dari sudut pandang psikologis, perilaku konsumtif dapat menyebabkan individu merasa cemas dan khawatir. Fenomena tersebut disebabkan oleh dorongan yang kuat dalam diri individu untuk memperoleh barang-barang yang diinginkannya, namun keterbatasan ekonomi atau keuangan dapat menimbulkan rasa cemas dan khawatir karena keinginan tersebut tidak dapat terpenuhi (Rahayuningsih dalam Luas, Irawan & Windrawanto, 2023).

Berdasarkan pada uraian yang telah dijelaskan diatas, dapat di ambil kesimpulan bahwasanya perilaku konsumtif merupakan kegiatan pembelian tidak rasional yang dilakukan individu yang hanya mengutamakan kesenangan semaksimal mungkin dan berdasarkan kepuasan semata. Individu yang tidak bisa menentukan prioritas utama kebutuhan hidupnya cenderung akan berperilaku konsumtif.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Kotler (Saleh et al., 2023) terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi individu berperilaku konsumtif, diantaranya:

### **a. Faktor Budaya**

Faktor budaya dalam perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh adanya peran budaya, subbudaya, dan kelas sosial yang dapat mendorong individu berperilaku konsumtif guna untuk memenuhi standar kebutuhan yang lebih tinggi dan fungsional.

### **b. Faktor Sosial**

Faktor sosial dalam perilaku konsumtif dipengaruhi oleh adanya suatu

kelompok acuan, keluarga, status dan peran dalam lingkungannya. Sehingga faktor sosial ini dapat mendorong individu untuk membentuk perilaku dan bertingkah laku sesuai dengan acuan kelompok dengan menggunakan produk yang dapat menentukan posisi dan peranannya dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi ini terdiri dari kepribadian individu, usia, pekerjaan, gaya hidup, konsep diri, tahapan siklus hidup dan kondisi ekonominya.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis ini terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap yang dapat mendorong individu dalam membentuk keyakinan dan perilakunya.

Sumartono (dalam Durandt dan Wibowo, 2021) ada dua macam faktor yang bisa memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Faktor internal, yang meliputi faktor-faktor seperti kepribadian, motivasi, konsep diri, harga diri, dan proses pembelajaran.
- b. Faktor eksternal, yang mencakup kelompok referensi, kelompok masyarakat, keluarga, dan tradisi budaya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya yaitu, kebudayaan, kelompok sosial, keluarga, kepribadian, usia, pekerjaan, gaya hidup, konsep diri, harga diri, tahapan siklus hidup, kondisi ekonomi, motivasi, persepsi, dan proses belajar. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu konformitas yang termasuk dalam faktor eksternal dan kontrol diri termasuk dalam faktor internal.

### 3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Lina dan Rosyid (dalam Nofitriani, 2020) mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek perilaku konsumtif, diantaranya yaitu sebagai berikut :

- a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*) adalah perilaku pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba dan tanpa adanya pertimbangan yang matang. Individu yang cenderung melakukan pembelian impulsif seringkali dipengaruhi oleh dorongan emosional atau situasional, tanpa

- mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari pembelian tersebut.
- b. Pembelian tidak rasional (*non rational buying*) merupakan perilaku pembelian yang tidak didasarkan pada pertimbangan logis atau rasional, tetapi lebih dipengaruhi oleh emosi, keinginan, atau tekanan sosial. Individu yang melakukan pembelian tidak rasional mungkin membeli barang kurang dibutuhkan atau melebihi kemampuan finansial mereka.
  - c. Pembelian berlebihan (*wasteful buying*) atau yang dikenal dengan istilah pemborosan merupakan kecenderungan untuk berbelanja secara berlebihan atau tidak efisien dalam proses konsumsi. Individu dengan perilaku pembelian berlebihan mungkin membeli barang-barang yang tidak diperlukan atau melebihi kemampuan finansial mereka, tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari pembelian tersebut. Sehingga dalam berbelanja individu cenderung tidak mampu mengontrol keuangannya.

Sumartono (Khoiriyah dan Hakim, 2023) ada delapan aspek perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

- a. Membeli karena hadiah yang dipromosikan pada produk tersebut, yaitu individu membeli produk tidak berdasarkan manfaat dari produk tersebut melainkan karena terdapat *gift* yang diberikan.
- b. Membeli produk karena daya tarik kemasannya, yaitu individu membeli produk sebab tertarik dengan kemasannya yang tidak sama dengan produk lainnya sehingga produk tersebut dapat memikat pelanggan.
- c. Membeli produk karena adanya rasa gengsi atau untuk menjaga *image*, yaitu individu membeli produk tertentu hanya untuk menjaga penampilan dirinya, dibandingkan dengan membeli produk yang dibutuhkan.
- d. Membeli produk karena untuk mempertahankan status sosial, yaitu individu membeli barang-barang tertentu hanya untuk mencerminkan bahwa ia merupakan individu dengan status sosial yang baik. Sehingga individu tersebut beranggapan bahwa produk yang digunakan dapat dijadikan sebagai salah satu simbol dari adanya status sosial tersebut.
- e. Membeli produk karena terdapat potongan harga, yaitu individu membeli

produk yang sebenarnya tidak ia butuhkan, tetapi karena harga yang ditawarkan sangat menarik sehingga membuat ia memilih untuk membeli produk tersebut.

- f. Membeli barang-barang karena *brand ambassador* yang mengiklankan. Individu membeli barang-barang tersebut karena idolanya yang mempromosikan.
- g. Munculnya penilaian dari orang lain, sebab individu meyakini bahwa dengan membeli barang-barang yang harganya tinggi akan menumbuhkan tingkat kepercayaan dirinya, sehingga individu membeli produk tidak berdasarkan kebutuhan hidupnya, tetapi ia membeli barang-barang dengan biaya yang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri yang dimilikinya.
- h. Membeli beberapa barang yang memiliki fungsi sama, meskipun berbeda *merk*. Individu menggunakan uangnya untuk berbelanja barang-barang yang sama seperti barang-barang yang sudah ia miliki sehingga hal ini dapat membuat individu berperilaku konsumtif, karena ia melakukan pembelian produk-produk yang sejenis.

Menurut Erich Fromm (dalam Ulfairah, 2021) aspek-aspek perilaku konsumtif meliputi:

- a. Pemenuhan keinginan, artinya individu membeli produk demi memenuhi keinginan, kesenangan dan mencari kepuasan untuk dirinya sendiri.
- b. Barang diluar jangkauan, individu tersebut membeli produk yang harganya melebihi budget. Sehingga individu berusaha keras dan rela menyisihkan uang sakunya untuk membeli produk yang diinginkan.
- c. Barang menjadi tidak bermanfaat, yaitu individu membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan hidupnya. Sehingga individu membeli produk tanpa memikirkan manfaat dan kegunaannya terlebih dahulu.
- d. Status, yaitu individu membeli produk karena ingin menjaga penampilan dan harga diri. Sehingga individu hidup selalu mengikuti perkembangan zaman atau *tren*.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat beberapa aspek yang dijelaskan oleh para ahli. Dalam penelitian ini, peneliti akan merujuk aspek-aspek yang

diungkapkan oleh Lina dan Rosyid (Nofitriani, 2020) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian tidak rasional (*non rational buying*), dan pembelian berlebihan (*wasteful buying*).

## **B. Konformitas**

### **1. Pengertian Konformitas**

King (dalam Hijrianti dan Fitriani, 2020) mendefinisikan konformitas sebagai proses di mana individu menyesuaikan sikap atau perilaku mereka agar sejalan dengan anggota kelompok lainnya dan sepadan dengan norma, aturan, atau kesepakatan yang berlaku di dalam kelompok tersebut. Konformitas juga diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh individu untuk mematuhi atau mengikuti ekspektasi sosial dan norma-norma kelompok untuk mendapatkan persetujuan atau pengakuan dari anggota kelompok lainnya. Individu-individu tersebut nantinya akan menyesuaikan dengan apa yang ada didalam kelompok baik berupa tingkah laku atau perilakunya. Sehingga perubahan yang dilakukan individu tersebut merupakan hasil dari tekanan didalam suatu kelompok. Feldman (Hijrianti dan Fitriani, 2020) mendefinisikan konformitas sebagai tekanan sosial yang ada didalam suatu kelompok yang tanpa disadari dapat merubah seseorang baik sikap maupun perilakunya agar sesuai dengan ketentuan atau kesepakatan yang ada dalam kelompok.

Zenuba dan Nurdjayadi (Fitriyani, Widodo, dan Fauziah, 2013) konformitas ialah serangkaian tuntutan yang secara tidak tertulis ada didalam suatu kelompok sosial terhadap anggota-anggotanya, namun secara langsung tuntutan ini diterapkan oleh suatu kelompok sosial terhadap anggotanya. Tuntutan-tuntutan ini memberikan pengaruh sangat signifikan sehingga memicu timbulnya perilaku tertentu pada individu yang ada didalam kelompok tersebut. Dengan kata lain, konformitas mencakup tekanan-tekanan yang bersifat tidak langsung dari kelompok sosial yang sangat berpengaruh terhadap anggota kelompok dalam menyesuaikan perilaku mereka agar setara dengan norma atau ketentuan serta harapan yang ada didalam sebuah kelompok. Mowen dan Minor (Fitriyani, Widodo, dan Fauziah, 2013) mengatakan bahwa



kelompok referensi atau yang disebut dengan konformitas ialah suatu kelompok yang dianggap sebagai rujukan seseorang untuk mengambil keputusan dalam pembelian. Sehingga rujukan dari kelompok referensi ini sangat kuat dalam mempengaruhi kehidupan seseorang karena menurutnya kelompok tersebut memberikan informasi mengenai produk-produk yang ingin ia beli. Konformitas yang ada didalam sebuah kelompok tidak selamanya berdampak dengan baik. Adanya ketertarikan dan ambisi untuk menjadikan dirinya diterima dan diakui dalam sebuah kelompok dapat mendorong ia untuk melakukan tindakan yang dapat mengarahkan kearah yang positif atau negatif. Sebagai contoh, konformitas negatif, individu mungkin merasa terdorong untuk mengikuti perilaku yang merugikan atau melanggar nilai-nilai etika dan moral kelompok hanya untuk mendapatkan persetujuan atau pengakuan dari sesama anggota kelompok. Sedangkan dalam konteks konformitas positif, individu dapat merasa termotivasi untuk mengadopsi tingkah laku yang baik yang dimiliki oleh anggota kelompok lainnya serta sejalan dengan nilai-nilai kelompok demi kepentingan bersama. Oleh karena itu, pentingnya untuk memahami bahwa konformitas dapat memiliki dampak yang kompleks tergantung pada situasi dan norma-norma kelompok yang ada. (Dacey & Kenny dalam Fitriyani, Widodo, dan Fauziah, 2013).

Baron & Byrne (Durandt dan Wibowo, 2021) mendefinisikan konformitas sebagai pengaruh sosial yang dapat mengubah tindakan atau tingkah laku individu agar sejalan dengan norma, aturan atau kesepakatan yang berlaku dalam kelompok. Konformitas terjadi ketika individu meniru atau menjiplak sikap dan perilaku orang lain karena tekanan yang nyata atau bahkan hanya tekanan bayangan (Santrock dalam Durandt dan Wibowo, 2021). Spangenberg, Sprott, Grohmann dan Smith (Fitriyani, Widodo, dan Fauziah, 2013) menyatakan bahwa konformitas telah memberikan peran yang sangat penting pada setiap individu yang berada didalam kelompok tersebut, ditandai dengan adanya individu yang melakukan pembelian atau pemakaian barang-barang karena adanya tekanan atau paksaan dari kelompok hal tersebut.



Berdasarkan uraian mengenai pengertian konformitas di atas, dapat disimpulkan bahwa konformitas ialah respons individu terhadap tekanan dari dalam kelompok, di mana individu bertindak selaras dengan norma atau ketentuan yang ada didalam kelompok itu sendiri.

## 2. Faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Sears (Hijrianti dan Fitriani, 2020) menyebutkan bahwa ada empat faktor yang dapat memengaruhi konformitas, diantaranya:

- a. Rasa takut karena adanya kritik dari kelompok sosial, sehingga individu melakukan konformitas agar terhindar dari celaan didalam kelompok tersebut.
- b. Rasa takut terhadap penyimpangan kelompok, yaitu individu melakukan konformitas agar sesuai dengan kelompoknya. Sehingga dengan ia melakukan sesuai apa yang dilakukan oleh kelompoknya ia merasa bahwa dirinya tidak melakukan penyimpangan dari kelompoknya.
- c. Keterikatan terhadap penilaian bebas, yaitu kekuatan yang menjadikan individu mengalami hambatan untuk mengungkapkan pendapatnya.
- d. Kekompakan kelompok, yaitu kekuatan besar yang ada dalam suatu kelompok yang dapat menjadikan individu tertarik pada kelompok tertentu dan membuat ia ingin selalu menjadi anggota kelompok tersebut. Tingginya kekompakan dalam suatu kelompok, dapat mempengaruhi tingginya konformitas yang ada didalam kelompok itu sendiri.

Baron dan Byrne (Martasari dan Arisandy, 2018) terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi konformitas, yaitu:

- a. Solidaritas kelompok, yaitu tingkat ketertarikan individu terhadap suatu kelompok tertentu yang membuatnya ingin menjadi bagian dari kelompok tersebut. Semakin tinggi tingkat solidaritas yang ada dalam kelompok, dapat berpengaruh terhadap kecenderungan individu untuk menyelaraskan perilakunya dengan norma atau aturan yang ada dalam kelompok tersebut.
- b. Ukuran kelompok, mengacu pada jumlah anggota dalam kelompok. Besar atau kecilnya kelompok dapat mempengaruhi tingkat konformitas individu di dalamnya.
- c. Kategori norma sosial, norma sosial adalah aturan atau ekspektasi yang

diterapkan oleh kelompok terhadap anggotanya. Ada dua jenis norma sosial, yaitu norma deskriptif, yang menggambarkan perilaku yang umum dalam kelompok; dan norma injungtif, yang mengatur perilaku yang dianggap diharapkan atau diinginkan dalam kelompok. Kedua jenis norma sosial ini dapat mempengaruhi perilaku konformitas individu yang ada didalam kelompok itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konformitas diantaranya yaitu adanya rasa takut terhadap celaan dalam kelompok, rasa takut terhadap penyimpangan kelompok, keterikatan terhadap penilai bebas, kekompakan kelompok, kohesivitas kelompok, ukuran kelompok, dan tipe norma sosial.

### 3. Aspek Konformitas

Baron & Byrne (Durandt dan Wibowo, 2021) menyebutkan bahwa terdapat dua aspek konformitas, diantaranya:

- a. Pengaruh sosial normatif adalah ketika seseorang mengubah perilakunya agar sejalan dengan norma atau ketentuan yang berlaku dalam kelompok atau lingkungan mereka berada, dengan tujuan agar dirinya dapat diterima oleh kelompok tersebut.
- b. Pengaruh sosial informasional merupakan salah satu bentuk informasi yang diperoleh dari kelompok yang secara tidak langsung membuat individu yang ada dalam kelompok tersebut melakukan suatu tindakan sesuai dengan informasi yang diterimanya.

Sears (Hijrianti dan Fitriani, 2020) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek konformitas, diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a. Kekompakan merupakan keunggulan yang ada didalam kelompok tertentu yang dapat menarik orang lain untuk bergabung dengan kelompok tersebut. Sehingga para anggota kelompok tetap ingin berada dalam kelompok tersebut.
- b. Kesepakatan merupakan keputusan akhir yang ada didalam sebuah kelompok yang dijadikan sebagai acuan atau pedoman dalam suatu kelompok. Keputusan ini dihasilkan berdasarkan musyawarah kelompok sehingga individu dapat menyesuaikan dengan keputusan tersebut.

- c. Ketaatan yaitu tekanan atau tuntutan yang ada dalam suatu kelompok yang bertujuan agar individu melakukan tindakan yang diharapkan kelompoknya walaupun tidak sesuai keinginan individu, sehingga individu cenderung menyetujui aturan yang telah disepakati.

Taylor dkk (Zufa dan Kushartati, 2021) menyebutkan bahwa terdapat lima aspek konformitas, diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a. Peniruan, adalah suatu keinginan yang dimiliki individu agar selaras dengan orang lain yang disebabkan oleh adanya dorongan dari suatu kelompok baik secara nyata atau dibayangkan.
- b. Penyesuaian, yaitu proses penyesuaian yang dilakukan individu agar diterima kelompok atau lingkungannya.
- c. Kepercayaan, yaitu tingkat keyakinan yang dimiliki oleh setiap individu, yang mempengaruhi pilihannya untuk melakukan konformitas.
- d. Kesepakatan, yaitu keputusan akhir yang dihasilkan berdasarkan hasil musyawarah dalam suatu kelompok yang dijadikan sebagai pedoman atau acuan dalam kelompok.
- e. Ketaatan, yaitu respon dari individu yang timbul karena adanya kesetiaan individu pada kebijakan-kebijakan yang ada didalam sebuah kelompok.

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa aspek konformitas yang dijelaskan para ahli. Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada aspek yang diungkapkan oleh Baron & Byrne (dalam Durandt dan Wibowo, 2021) yaitu pengaruh sosial normatif dan informasional.

### **C. Kontrol Diri**

#### **1. Pengertian Kontrol Diri**

Goldfried dan Merbaum (Nofitriani, 2020) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan yang dimiliki setiap individu untuk dapat mengatur, mengorganisir, mengendalikan, dan mengarahkan menuju tingkah laku yang lebih baik atau positif. Kontrol diri menurut Averil (dalam Tripambudi dan Indrawati, 2018) adalah salah satu keahlian yang dimiliki setiap individu yang

dapat digunakan untuk memperbaiki perilaku serta menyaring informasi yang diterima, baik itu penting atau tidak penting, untuk menentukan tindakan yang tepat menurut keyakinan mereka.

Kontrol diri adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk mengendalikan tingkah laku. Sehingga kontrol diri sangat bermanfaat bagi setiap individu untuk menjalani kehidupan, salah satunya yaitu untuk menghadapi kondisi yang ada dilingkungan sekitarnya (Tripambudi dan Indrawati, 2018). Menurut Averil (Sudarisman, 2021) dengan mempunyai kemampuan pengendalian diri yang baik, individu dapat mengontrol, mengatur, mengendalikan, serta mengarahkan perilakunya menuju konsekuensi yang positif. Individu yang mempunyai kemampuan untuk mengendalikan diri dengan baik, tentunya ia akan dapat memprioritaskan dan mempertimbangkan kebutuhan mereka saat membeli barang. Sedangkan individu yang memiliki pengendalian diri kurang baik, cenderung membeli barang tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu.

Tangney, Baumister dan Boone (Fidaiyu, Sulitiani, dan Mahastuti, 2019) mengartikan kontrol diri sebagai salah satu keahlian yang dimiliki masing-masing individu untuk mencegah dan menahan diri dari adanya kecenderungan untuk berperilaku yang tidak sesuai. Kontrol diri kerap sekali digambarkan sebagai keputusan yang diambil oleh individu setelah pertimbangan kognitif, dengan tujuan untuk menggabungkan perilaku yang telah dipertimbangkan guna meningkatkan hasil dan mencapai tujuan yang diharapkan. Calhoun dan Acocella (Nofitriani, 2020) mendefinisikan kontrol diri sebagai serangkaian proses yang memungkinkan individu untuk membentuk kepribadian dirinya sendiri, dengan mengikutsertakan aspek fisik, psikologis, dan tingkah laku individu tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu untuk mengontrol, mengendalikan, dan mengarahkan perilaku atau tingkah laku mereka menuju tingkah laku yang lebih baik atau positif.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Afandi (Siallagan et al., 2021) menjelaskan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap suatu pnegendalian diri yaitu:

- a. Faktor internal, terdiri dari faktor usia atau kedewasaan diri.
- b. Faktor eksternal, terdiri dari faktor keluarga, lingkungan tempat tinggal, dan budaya.

Gading (Sudewi, Gading, dan Sudarsana, 2021) menyebutkan bahwa kontrol diri dapat dipengaruhi oleh tiga faktor, diantaranya:

- a. Faktor yang dari diri individu, meliputi kepribadian, proses kognitif (perhatian, kendali inhibitori), usia, dan jenis kelamin.
- b. Faktor lingkungan, meliputi teman sebaya, keluarga, guru, lingkungan belajar, dan budaya.
- c. Faktor intervensi yang berbentuk pelatihan kendali diri.

Baumeister & Boden (Setiawan, 2023) menyatakan bahwa ada dua faktor yang bisa memengaruhi kontrol diri, diantaranya yaitu:

- a. Orang tua, didikan orangtua yang otoriter atau sangat keras dapat menjadikan anak-anaknya kurang mampu mengendalikan dirinya sendiri dan menjadikannya kurang responsif terhadap peristiwa yang sedang dihadapi. Oleh karena itu, sebaiknya orangtua mendidik anak-anaknya untuk tidak bergantung dan dapat memberikan kesempatan bagi anaknya untuk mengambil keputusan, dengan didikan seperti itulah yang membuat anak-anak memiliki pengendalian diri yang baik. Sehingga dalam hal ini orang tua dapat memberikan pengaruh terhadap pengendalian diri anak-anaknya.
- b. Faktor budaya, di indonesia terdapat beragam kebudayaan yang berbeda satu sama lain. Individu yang berada disuatu lingkungan tertentu cenderung akan terpengaruh oleh budaya yang ada dilingkungannya. Oleh karena itu, faktor budaya dapat mempengaruhi pengendalian diri yang dimiliki individu sebagai anggota dari lingkungan tersebut.



Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kontrol diri yaitu faktor usia, gender, proses kognitif, keluarga, guru, teman sebaya, lingkungan belajar, dan faktor budaya.

### 3. Aspek-aspek Kontrol Diri

Menurut Averil (Nofitriani, 2020) ada tiga aspek didalam kontrol diri, diantaranya adalah:

- a. Kontrol perilaku (*behavior control*) merupakan kemampuan individu yang digunakan untuk mengubah keadaan yang disebabkan oleh peristiwa-peristiwa yang tidak diinginkan. Terdapat dua komponen pada kontrol perilaku, yaitu kemampuan untuk mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) di mana individu bisa mengendalikan situasi sendiri atau mengandalkan sumber eksternal, dan modifikasi stimulus (*stimulus modifiability*), di mana individu dapat mengenali stimulus yang tidak diinginkan.
- b. Kontrol kognitif (*cognitive control*) merupakan kemampuan yang dimiliki individu dalam mengelola atau menyaring informasi yang tidak diinginkan dengan menilai, menginterpretasinya, dan menghubungkannya ke dalam suatu kerangka kognitif. Kemampuan kognitif ini dibagi menjadi dua komponen yaitu perolehan informasi, di mana individu memperoleh dan memproses informasi, dan penilaian, di mana individu mengevaluasi informasi tersebut.
- c. Kontrol keputusan (*decisional control*) yaitu keterampilan yang dimiliki individu dalam menentukan tindakan berdasarkan keyakinan atau persetujuan mereka.

Patty dkk (Siallagan, Derang, dan Nazara, 2021) kontrol diri memiliki empat aspek, diantaranya yaitu:

- a. Kontrol terhadap pemikiran (kognitif) merupakan keterampilan individu untuk mengatur sikap dan pikiran mereka agar memiliki pandangan yang optimis dan pemikiran yang rasional.

- b. Kontrol terhadap impuls (dorongan hati) merupakan kemampuan individu untuk mengontrol diri sehingga mereka dapat bertindak secara bijak terhadap impuls atau pemikiran negatif yang tiba-tiba muncul.
- c. Kontrol terhadap emosi merupakan kemampuan individu untuk dapat mengendalikan emosinya dengan baik dalam berhubungan dengan dirinya sendiri atau dengan orang lain.
- d. Kontrol terhadap unjuk kerja merupakan keterampilan individu untuk mencapai hasil yang lebih baik dalam jangka waktu yang panjang dan menjaga emosi negatif yang dapat merusak kinerja mereka.

Tagney, Baumeister, dan Boone (Luis Ruiz dan Jose Linaza, 2018) mengungkapkan bahwa ada lima aspek kontrol diri, diantaranya:

- a. *Self-discipline*, pada aspek ini merujuk pada kemampuan individu untuk mendisiplinkan diri dan menahan diri dari gangguan yang dapat menghambat konsentrasi.
- b. *Deliberate/non-impulsive*, merujuk pada tendensi individu untuk bertindak berdasarkan pertimbangan dan keputusan yang telah dipikirkan secara matang, sehingga ketika bertindak atau memutuskan sesuatu harus lebih berhati-hati dan tidak terburu-buru.
- c. *Healthy habits*, adalah keterampilan yang dimiliki individu dalam mengatur perilaku mereka sehingga menjadi rutinitas yang baik, mengutamakan aspek-aspek positif dan menghindari aspek-aspek negatif.
- d. *Work ethic*, adalah kemampuan individu untuk menilai regulasi diri mereka dari sudut pandang etika ketika melakukan kegiatan sehari-hari dan ketika menyelesaikan tugas tanpa dipengaruhi faktor dari luar.
- e. *Reliability*, mengacu pada kemampuan individu untuk konsisten dalam menyusun perilaku mereka untuk mencapai tujuan yang direncanakan.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat beberapa aspek kontrol diri yang dijelaskan oleh para ahli. Dalam penelitian ini, peneliti akan merujuk pada aspek yang dijelaskan oleh Averil (dalam Nofitriani, 2020) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

#### **D. Hubungan Antara Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh individu yang tidak berdasarkan kebutuhan, tetapi karena adanya keinginan untuk mendapatkan kesenangan, kepuasan, dan ingin mencoba sesuatu yang baru (Ermawati & Indriyati dalam Ulfairah, 2021). Albarry (Tripambudi & Indrawati, 2018) mengartikan kata konsumtif sebagai perilaku boros yang dilakukan dengan cara membeli produk secara berlebihan. Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dengan membeli barang secara berlebihan dengan mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan hidupnya (Tripambudi dan Indrawati, 2018). Menurut Sumartono (Durandt & Wibowo, 2021) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kepribadian, konsep diri, harga diri, dan proses belajar, sementara faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

Fardhani & Izzati (Basri & Kuswanti, 2019) mengatakan bahwa kelompok referensi dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Kelompok referensi atau yang dikenal dengan istilah konformitas merupakan suatu kelompok yang menjadi tolak ukur seseorang untuk membentuk perilakunya. Remaja yang ingin bergabung atau diterima dalam suatu kelompok ia akan melakukan apa saja agar sejalan dengan kelompok yang dianutnya. Sehingga kelompok referensi atau konformitas dapat mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif. Myers (Durandt & Wibowo, 2021) mendefinisikan konformitas merupakan perubahan tindakan atau perilaku yang terjadi pada individu karena adanya tekanan dari kelompok. Sedangkan pengertian konformitas menurut Baron & Byrne (Durandt & Wibowo, 2021) merupakan salah satu pengaruh sosial yang nyata yang dimana individu cenderung mengubah perilaku atau perbuatannya agar sepadan dengan norma dan kesepakatan yang ada didalam sebuah kelompok.

Individu yang berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu kepribadian (Tripambudi dan Indrawati, 2018). Kontrol diri adalah kemampuan yang dimiliki individu untuk mengatur, mengendalikan serta

mengarahkan perilaku atau tingkah lakunya. Munandar (Tripambudi dan Indrawati, 2018) menjelaskan bahwa kontrol diri merupakan salah satu unsur kepribadian. Kontrol diri berpotensi dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau barang. Tagney, Baumeister & Boone (Setiawan, 2023) mengatakan bahwa kontrol diri adalah keahlian yang dimiliki oleh setiap individu dalam menentukan tindakannya sesuai dengan standar suatu penilaian, etika, norma, serta tauran-aturan yang ada didalam suatu kelompok masyarakat, yang bertujuan untuk mengarahkan perilaku mereka menuju hal yang positif. Kontrol diri dikatakan sebagai salah satu hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh individu, terutama untuk menahan hasrat atau keinginan yang berasal dari luar kendali diri. Kemampuan untuk menahan diri ini sangat membantu individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, menunjukkan adanya hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Individu yang mempunyai tingkat konformitas yang tinggi, akan memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi juga, karena individu tersebut cenderung mengikuti perilaku orang lain dalam kelompok mereka untuk mencapai keselarasan dengan kelompoknya. Sedangkan individu yang memiliki pengendalian diri yang tinggi cenderung dapat mengatur dan mengontrol dirinya sehingga tidak berperilaku konsumtif.

#### **E. Hipotesis**

Mengacu pada pemaparan diatas, maka hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.
2. Ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif, dimana semakin tinggi konformitas, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah konformitas, semakin rendah perilaku konsumtif.
3. Ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, dimana semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini lebih banyak pemakaian angka daripada kata, baik dari proses pengumpulan data hingga penyajian hasil. Penyajian hasil dalam penelitian kuantitatif dapat berbentuk gambar, tabel, grafik, dan lain-lain yang dapat mempermudah penyampaian informasi (Priadana & Sunarsi, 2021).

Tujuan penentuan variabel dalam penelitian ini yaitu untuk membagikan batasan-batasan dengan jelas pada tiap variabel dalam sebuah penelitian yang hendak diteliti. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu dua variabel bebas (independent) meliputi variabel konformitas dan variabel kontrol diri serta satu variabel tergantung (dependent) yaitu variabel perilaku konsumtif. Variabel yang dapat mempengaruhi variabel tergantung disebut dengan variabel bebas, sedangkan variabel yang dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas disebut variabel tergantung. Variabel yang dipakai penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas : Konformitas (X1)  
Kontrol Diri (X2)
2. Variabel Tergantung : Perilaku Konsumtif (Y)

#### **B. Definisi Operasional**

##### **1. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan pembelian barang-barang yang hanya mengutamakan keinginan daripada kebutuhan hidupnya. Individu yang berperilaku konsumtif membeli barang-barang bukan atas dasar pertimbangan manfaat dan kegunaannya melainkan untuk kesenangan semata.

Skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (Nofitriani, 2020) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian tidak rasional (*non rational buying*), dan pembelian berlebihan (*wasteful buying*). Semakin



tinggi nilai perilaku konsumtif yang didapatkan, semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah nilai perilaku konsumtif, maka akan semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtifnya.

## **2. Konformitas**

Konformitas merupakan salah satu bentuk penyesuaian atau penyesuaian dari individu agar sesuai dengan kelompoknya yang dilakukan oleh individu karena adanya tuntutan dari suatu kelompok.

Skala konformitas dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek konformitas menurut teori yang dikemukakan oleh Baron & Byrne (Durandt & Wibowo, 2021) yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional. Semakin tinggi nilai konformitas yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat konformitas individu tersebut. Sebaliknya, semakin rendah nilai konformitas yang diperoleh, semakin rendah tingkat konformitas individu tersebut.

## **3. Kontrol Diri**

Kontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki setiap individu untuk dapat mengatur, mengendalikan dan mengarahkan dirinya kearah yang lebih baik. Kontrol diri juga diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk mengendalikan tingkah laku seseorang.

Skala Kontrol diri dalam penelitian ini disusun berdasarkan tiga aspek kontrol diri menurut teori yang dikemukakan oleh Averil (Nofitriani, 2020) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Semakin tinggi nilai pada skala kontrol diri, maka kontrol diri yang dimiliki sangat tinggi. Begitu sebaliknya, jika nilai kontrol diri rendah, maka tingkat kontrol dirinya juga rendah.

### **C. Populasi, Sampel dan Sampling**

#### **1. Populasi**

Priadana & Sunarsi (2021) mendefinisikan populasi sebagai jumlah keseluruhan dari subjek yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian. Populasi mengacu pada besar kecilnya suatu sasaran yang mempunyai atribut khusus

yang ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah dan dipahami guna untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu seorang penggemar BTS (ARMY) yang tergabung dalam komunitas Army Salatiga yang berjumlah 242 orang.

## 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil representasi dari keseluruhan populasi yang ditentukan berdasarkan langkah-langkah tertentu yang dapat mewakili populasi secara umum (Somantri dalam Sinaga, 2014). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013) sampel adalah bagian kecil dari populasi yang mempunyai karakteristik serupa, sehingga pemilihan sampel dalam sebuah penelitian harus memperhatikan kesamaan karakteristik dengan populasi secara keseluruhan untuk memastikan kepercayaan hasil penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu anggota komunitas Army Salatiga yang berjumlah 242 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan memakai tabel penetapan besaran jumlah sampel yang dikembangkan oleh Isaac & Michael dengan menggunakan taraf kesalahan 5% yang menghasilkan jumlah sampel sebesar 142 orang dari total populasi 240. Maka dari itu, jumlah subjek dalam penelitian ini adalah 142 orang.

## 3. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel dipakai adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* diartikan sebagai proses sederhana dalam pengambilan sampel dimana setiap populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel yang dalam pengambilannya melalui proses pengacakan (Priadana & Sunarsi, 2021).

### D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dipakai adalah skala alat ukur, dimana skala ini berisi serangkaian pernyataan yang disusun dan diusulkan oleh peneliti sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti. Jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Likert yang terdiri dari beberapa pernyataan yang mendukung atau yang menggambarkan perilaku yang positif

(*favorable*) serta pernyataan-pernyataan yang bertentangan dengan indikator atau pernyataan yang menggambarkan perilaku yang negatif (*unfavorable*). Selain itu, didalam penelitian ini terdapat empat alternatif jawaban yang meliputi Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), Sangat Sesuai (SS). Subjek diberi kebebasan dalam memilih jawaban yang paling mencerminkan diri subjek yang sesungguhnya tanpa adanya pengaruh yang dipaksakan. Dalam penelitian ini menggunakan tiga skala terdiri dari skala perilaku konsumtif, skala konformitas, dan skala kontrol diri.

### 1. Skala Perilaku Konsumtif

Dalam penelitian ini skala perilaku konsumtif disusun dengan mengacu pada aspek-aspek perilaku konsumtif yang diungkapkan oleh Lina dan Rosyid (dalam Nofitriani, 2020) yang meliputi pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian tidak rasional (*non rational buying*), dan pembelian berlebihan (*wasteful buying*).

**Tabel 1. Blueprint Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pembelian Impulsif ( <i>impulsive buying</i> )	5	5	10
2	Pembelian Tidak Rasional ( <i>non-rational buying</i> )	5	5	10
3	Pembelian Berlebihan ( <i>wasteful buying</i> )	5	5	10
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

## 2. Skala Konformitas

Dalam penelitian ini skala konformitas diperoleh dengan mengacu aspek kontrol diri yang dikemukakan Baron & Byrne (dalam Durandt & Wibowo, 2021) yang meliputi pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional.

**Tabel 2. *Blueprint* Skala Konformitas**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pengaruh Sosial Normatif	5	5	10
2	Pengaruh Sosial Informasional	5	5	10
	<b>Jumlah</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>20</b>

## 3. Skala Kontrol Diri

Dalam penelitian ini skala kontrol diri disusun berdasarkan aspek kontrol diri yang dikemukakan Averil (dalam Nofitriani, 2020) yang meliputi kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

**Tabel 3. *Blueprint* Skala Kontrol Diri**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Kontrol Perilaku ( <i>behavior control</i> )	5	5	10
2	Kontrol Kognitif ( <i>cognitive control</i> )	5	5	10
3	Kontrol Keputusan ( <i>decisional control</i> )	5	5	10
	<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

## E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

### 1. Validitas

Uji validitas atau uji keabsahan yakni salah satu karakteristik utama yang harus dipenuhi oleh setiap instrumen pengukuran. Tujuan uji validitas ini yaitu untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran tersebut dapat mengukur target yang dimaksud dalam sebuah penelitian (Budiastuti &

Bandur, 2018). Tingkat validitas sebuah alat ukur dapat digunakan untuk menentukan seberapa bergunanya alat ukur tersebut dalam sebuah penelitian.

Uji validitas atau uji keabsahan pada penelitian ini dilakukan memakai validitas isi (*content validity*), yang merupakan proses penilaian untuk mengetahui kesesuaian atau relevansi isi suatu alat tes melalui analisis rasional yang dilakukan oleh seseorang yang kompeten atau melalui para ahli (*expert judgement*) yang dilakukan oleh dosen pembimbing (Azwar, 2012). Dengan demikian, validitas isi membantu memastikan bahwa instrument pengukuran yang dipakai sejalan dengan tujuan dilakukannya penelitian serta mencakup konstruk yang ingin diukur dengan tepat.

## 2. Uji Daya Beda Aitem

Uji daya beda item merupakan salah satu proses yang digunakan untuk menilai sejauh mana pernyataan aitem dapat menyisihkan karakteristik-karakteristik atau atribut yang hendak diukur (Azwar, 2022). Aitem-aitem yang memiliki skor daya beda tinggi membuktikan bahwa aitem pernyataan tersebut efektif dalam memisahkan antara atribut yang menguntungkan atau merugikan (Azwar, 2022). Pada penelitian ini pengujian daya beda aitem dilakukan dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics* versi 25. Pemilihan aitem disusun berdasarkan pada korelasi antara nilai total aitem dengan batasan  $rix \geq 0,30$ . Apabila nilai daya beda item memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,30, maka aitem tersebut dikatakan memiliki daya beda yang baik dan aitem tersebut dapat diterima. Namun, jika nilai koefisien korelasinya kurang dari 0,30, maka item tersebut dikatakan memiliki daya beda yang rendah dan item tersebut dinyatakan gugur dan tidak dapat diterima. Jika jumlah aitem yang didapatkan tidak mencapai batas  $rix \geq 0,30$ , maka dapat dipikirkan untuk mengurangi batasan kriteria menjadi 0,25. Oleh sebab itu, dengan menerapkan metode tersebut, diharapkan dapat mencapai jumlah koefisien sesuai yang dikehendaki. (Azwar, 2022). Didalam penelitian ini, peneliti menerapkan batasan  $rix \geq 0,25$ , sehingga aitem pernyataan yang tidak memperoleh batasan 0,25 dinyatakan gugur dan sebaliknya aitem yang mencapai batasan 0,25 dapat dinyatakan lolos dan dapat diterima.



### 3. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas merupakan konsistensi atau keterpercayaan dari hasil pengukuran instrumen dalam sebuah penelitian. Reliabilitas dikatakan sebagai salah satu indikator yang dapat menentukan sejauhmana hasil dari pengukuran instrumen dalam sebuah penelitian dapat dipercaya. Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabilitas apabila nilai koefisien reliabilitas  $r_{xx'}$  berada dalam rentang nilai 0-1,00. Semakin tinggi nilai koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00, semakin dapat dianggap bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi (Azwar, 2022). Dalam penelitian ini, nilai koefisien reliabilitasnya diuji dengan memakai metode *Alpha Cronbach* melalui bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistic* versi 25. Dengan demikian, hasil pengujian akan memberikan informasi mengenai seberapa konsisten instrumen pengukuran yang digunakan dalam sebuah penelitian.

#### F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah metode yang dipakai untuk memproses data yang didapatkan dari semua responden yang telah terkumpul, dengan melakukan perhitungan guna menjawab pertanyaan penelitian dan untuk membuktikan hipotesis yang diusulkan dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, proses analisis data memakai teknik regresi berganda dan korelasi parsial. Tujuan dilakukannya analisis regresi berganda dalam penelitian ini yaitu untuk menjawab hipotesis pertama didalam sebuah penelitian. Sedangkan untuk menguji hipotesis kedua dan hipotesis ketiga didalam sebuah penelitian dapat menggunakan uji korelasi parsial (Sugiyono, 2013). Analisis data pada penelitian ini diproses dengan memanfaatkan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics* versi 25. untuk memudahkan pengolahan dan interpretasi data. Dengan demikian, teknik analisis data ini kemungkinan bisa memberikan pemahaman yang lebih dalam kepada peneliti mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Orientasi Kanchah dan Pelaksanaan Penelitian**

##### **1. Orientasi Kanchah Penelitian**

Orientasi kanchah didalam sebuah penelitian diartikan sebagai langkah pertama yang harus penuh oleh peneliti sebelum dilakukannya penelitian. Tujuan dari orientasi kanchah ini adalah untuk merencanakan serta mempersiapkan segala hal yang diperlukan untuk kelancaran dan keberhasilan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, orientasi kanchah dilakukan kepada anggota komunitas Army Salatiga. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian akan dilakukan terhadap anggota komunitas tersebut sebagai subjek penelitian. Orientasi kanchah dapat mencakup pemahaman mendalam tentang karakteristik komunitas, identifikasi kebutuhan penelitian, serta perencanaan metodologi dan prosedur penelitian yang sesuai dengan konteks komunitas yang diteliti. Dengan melakukan orientasi kanchah dengan baik, diharapkan peneliti dapat meningkatkan kesuksesan dan efektivitas penelitian yang dilakukan. Idola dalam komunitas ini yaitu BTS (*Bangtan Sonyeondan*). Seperti fanbase-fanbase lainnya, tujuan dibentuknya komunitas ini adalah untuk mengumpulkan para penggemar yang menggemari idol yang sama. Kegiatan yang biasa dilakukan adalah silaturahmi dan berkumpul sesama penggemar (*gathering*). Selain itu, biasanya ada kegiatan-kegiatan lainnya seperti *games*, nobar, dan merayakan ulang tahun member atau grup.

Peneliti memiliki alasan dalam memilih komunitas Army Salatiga sebagai populasi dalam penelitian ini. Pada tahap awal penelitian ini, dilakukan studi pendahuluan yang melibatkan wawancara dengan tiga individu yang merupakan bagian dari komunitas Army Salatiga. Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa terdapat permasalahan yang sesuai dengan permasalahan yang hendak peneliti lakukan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di komunitas Army Salatiga.

Adapun pertimbangan peneliti dalam menetapkan komunitas Army Salatiga sebagai subjek penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Topik permasalahan dalam penelitian ini belum pernah dilakukan di komunitas Army Salatiga tersebut. Selain itu, dalam komunitas tersebut masih aktif melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan idolanya.
- b. Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga orang subjek, menunjukkan permasalahan yang selaras dengan permasalahan yang hendak diteliti.
- c. Peneliti memperoleh izin dari pihak komunitas Army Salatiga untuk melaksanakan penelitian.

## **2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian**

Tujuan dilakukannya perencanaan sebelum pelaksanaan penelitian ini dimulai yaitu untuk mencegah kemungkinan-kemungkinan terjadinya kesalahan yang diluar kendali peneliti atau kesalahan-kesalahan yang tidak diinginkan, dengan harapan bahwa penelitian ini akan dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan tanpa ada kendala atau hal-hal yang tidak diinginkan. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti sebelum dilakukannya penelitian yaitu:

### **a. Persiapan Perizinan**

Sebelum memulai sebuah penelitian, tahap awal yang harus dilakukan adalah persiapan perizinan. Pada tahap inilah peneliti mengajukan surat permohonan perizinan penelitian. Surat permohonan izin penelitian tersebut dikeluarkan dari pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan nomor surat 633/C.1/Psi-SA/II/2024 dengan ditujukan untuk Ketua Komunitas Army Salatiga. Penelitian yang baik yaitu ketika penelitian dapat berjalan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan didalam sebuah penelitian serta memenuhi syarat dalam sebuah penelitian.

### **b. Penyusunan Alat Ukur**

Penyusunan instrumen pengukuran dalam sebuah penelitian adalah langkah yang penting dalam proses pengumpulan data yang diinginkan oleh peneliti. Instrumen pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini

yaitu skala psikologis. Skala merupakan alat ukur dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur aspek-aspek non-kognitif (Azwar, 2022). Pernyataan-pernyataan dalam skala psikologi ini berfungsi sebagai deskripsi tentang berbagai aspek kepribadian individu. Tujuan dari pernyataan-pernyataan tersebut adalah untuk memancing jawaban dari individu yang secara tidak langsung mencerminkan keadaan diri individu tersebut atau kondisi psikologisnya (Azwar, 2022).

Skala dalam penelitian ini berisi kumpulan pernyataan yang sesuai dengan indikator atau pernyataan yang menggambarkan perilaku yang positif (*favorable*) dan pernyataan-pernyataan yang bertentangan dengan indikator atau pernyataan yang menggambarkan perilaku yang negatif (*unfavorable*). Setiap pernyataan pada setiap item memiliki empat pilihan jawaban yang telah ditentukan dengan skor yang berbeda. Untuk pernyataan pada item *favorable*, skor 1 adalah Sangat Tidak Sesuai (STS), skor 2 adalah Tidak Sesuai (TS), skor 3 adalah Sesuai (S), dan skor 4 adalah Sangat Sesuai (SS). Sedangkan untuk pernyataan pada item *unfavorable*, skor 4 adalah Sangat Tidak Sesuai (STS), skor 3 adalah Tidak Sesuai (TS), skor 2 adalah Sesuai (S), dan skor 1 adalah Sangat Sesuai (SS). Instrumen pengukuran yang dipakai penelitian ini mencakup skala perilaku konsumtif, skala konformitas, dan skala kontrol diri. Di bawah ini adalah penjelasan terkait dengan skala untuk setiap variabel yang hendak dipakai pada penelitian ini:

### **1) Skala Perilaku Konsumtif**

Dalam penelitian ini, penyusunan skala perilaku konsumtif mengacu pada aspek perilaku konsumtif yang diungkapkan Lina dan Rosyid (dalam Nofitriani, 2020) diantaranya yaitu pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pembelian berlebihan. Skala perilaku konsumtif ini terdiri dari 30 aitem pernyataan dengan rincian pembagian 15 aitem *favorable* (menggambarkan perilaku yang positif) dan 15 aitem *unfavorable* (menggambarkan perilaku yang

negatif). Berikut adalah rincian sebaran aitem skala perilaku konsumtif:

**Tabel 4. Rincian Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pembelian Impulsif ( <i>impulsive buying</i> )	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	10
2.	Pembelian Tidak Rasional ( <i>non rational buying</i> )	11, 12, 13, 14, 15	16, 17, 18, 19, 20	10
3.	Pembelian Berlebihan ( <i>wasteful buying</i> )	21, 22, 23, 24, 25	26, 27, 28, 29, 30	10
	<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

## 2) Skala Konformitas

Dalam menyusun instrumen pengukuran, skala konformitas yang dipakai didalam penelitian ini merujuk pada aspek konformitas yang diungkapkan oleh Baron & Byrne (dalam Durandt & Wibowo, 2021) meliputi pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional. Skala konformitas ini berjumlah 20 aitem pernyataan dengan rincian pembagian 10 aitem *favorable* (menggambarkan perilaku yang positif) dan 10 aitem *unfavorable* (menggambarkan perilaku yang negatif). Berikut adalah rincian sebaran aitem pada skala konformitas:

**Tabel 5. Rincian Distribusi Aitem Skala Konformitas**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pengaruh Sosial Normatif	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	10
2	Pengaruh Sosial Informasional	11, 12, 13, 14, 15	16, 17, 18, 19, 20	10 <b>20</b>
	<b>Jumlah</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	



### 3) Skala Kontrol Diri

Dalam penyusunan skala kontrol diri dipakai dalam penelitian ini merujuk pada aspek kontrol diri yang dikemukakan oleh Averil (dalam Nofitriani, 2020) meliputi kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Terdapat total 30 pernyataan pada skala kontrol diri ini dengan rincian pembagian 15 aitem *favorable* (menggambarkan perilaku yang positif) dan 15 aitem *unfavorable* (menggambarkan perilaku yang negatif). Berikut ini adalah rincian sebaran aitem pada skala kontrol diri:

**Tabel 6. Rincian Distribusi Aitem Skala Kontrol Diri**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Kontrol Perilaku ( <i>behavior control</i> )	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	10
2	Kontrol Kognitif ( <i>cognitive control</i> )	11, 12, 13, 14, 15	16, 17, 18, 19, 20	10
3	Kontrol Keputusan ( <i>decisional control</i> )	21, 22, 23, 24, 25	26, 27, 28, 29, 30	10
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

#### c. Uji Coba Alat Ukur

Pada sebuah penelitian, uji coba instrumen pengukuran dilakukan untuk menilai nilai reliabilitas dalam skala penelitian serta untuk mengukur daya diskriminasi dari setiap item. Selain itu, uji instrumen pengukuran ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana kualitas instrumen pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian instrumen pengukuran ini dilaksanakan mulai tanggal 3 April 2024 sampai dengan 20 April 2024 yang dilakukan secara *online* melalui platform *google form* yang dibagikan kepada responden dalam komunitas Army Salatiga secara *Personal Chat* (PC) melalui aplikasi *WhatsApp*. Peneliti melakukan uji coba terhadap 100

responden. Namun, berdasarkan hasil yang didapat jumlah responden yang mengisi berjumlah 84 responden. Setelah data dari skala uji coba terkumpul, kemudian dilakukan penskoran sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Setelah setiap item diberi skor, peneliti melakukan analisis data uji coba untuk melihat daya beda antar aitem dan untuk menghitung nilai keandalan atau reliabilitasnya. Analisis ini dilakukan dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics* versi 25.

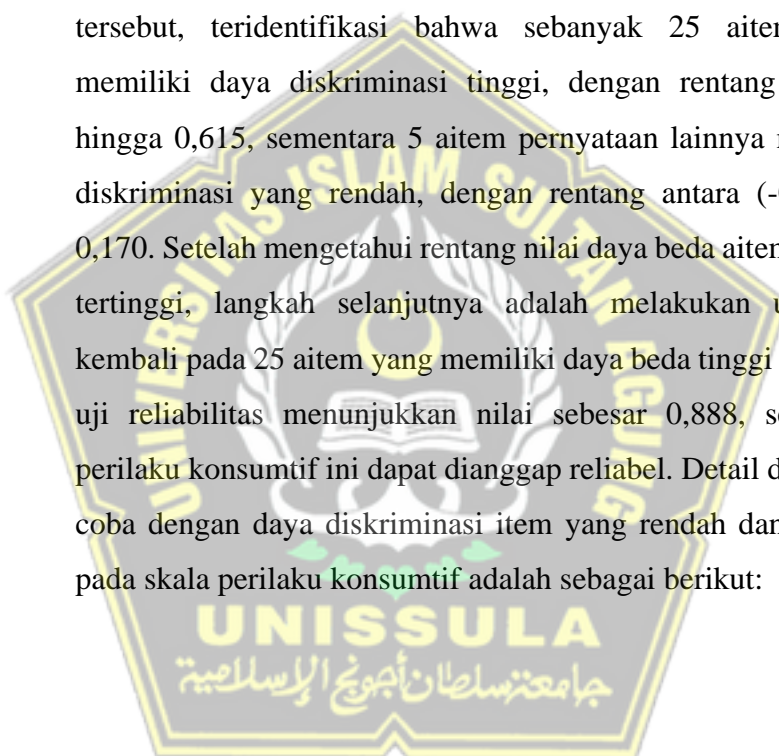
#### **d. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur**

Langkah selanjutnya sesudah dilaksanakannya penskoran di masing-masing aitem yaitu dilakukannya uji diskriminasi untuk mengevaluasi sejauh mana tiap item dalam skala penelitian dapat memisahkan antara responden yang mempunyai tingkat yang berbeda dari variabel yang sedang diukur. Sementara itu, estimasi koefisien nilai reliabilitas bertujuan untuk menentukan seberapa konsisten dan stabil skala perilaku konsumtif, konformitas, dan kontrol diri dalam mengukur konsep yang sesungguhnya. Dengan melakukan kedua proses ini, peneliti dapat memastikan keandalan dan keakuratan dari skala-skala tersebut sebagai instrumen pengukuran dalam sebuah penelitian. Sebuah alat ukur dalam penelitian dapat dikatakan mempunyai daya diskriminasi yang tinggi apabila nilai koefisien korelasi aitem  $r_{ix} \geq 0,30$ , dengan kata lain jika nilai koefisien korelasi antara item  $r_{ix}$  tidak mencapai 0,30, maka item tersebut dikatakan memiliki daya diskriminasi rendah dan dianggap tidak memenuhi standar sehingga aitem tersebut dinyatakan gugur dan harus dihapuskan. Namun, apabila jumlah item yang memiliki daya beda tinggi atau memenuhi kriteria masih sedikit dan tidak mencukupi jumlah koefisien yang diharapkan, maka mempertimbangkan untuk melakukan pengurangan pada batasan kriteria menjadi  $r_{ix} \geq 0,25$  sehingga dengan begitu diharapkan sebuah penelitian dapat memperoleh jumlah koefisien yang diinginkan sesuai dengan konteks dan tujuan penelitian itu sendiri (Azwar, 2022).

Pengecekan daya diskriminasi dan nilai reliabilitas dalam penelitian ini memakai bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics* versi 25. Berikut adalah rincian hasil perhitungan reliabilitas dan uji diskriminasi untuk setiap skala penelitian:

### 1) Skala Perilaku Konsumtif

Hasil uji coba diskriminasi dengan melibatkan 30 item pada skala perilaku konsumtif ini menunjukkan nilai reliabilitasnya 0,869, yang diuji menggunakan metode *alpha cronbach*. Dari hasil uji coba tersebut, teridentifikasi bahwa sebanyak 25 aitem pernyataan memiliki daya diskriminasi tinggi, dengan rentang antara 0,296 hingga 0,615, sementara 5 aitem pernyataan lainnya memiliki daya diskriminasi yang rendah, dengan rentang antara (-0,039) hingga 0,170. Setelah mengetahui rentang nilai daya beda aitem terendah dan tertinggi, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas kembali pada 25 aitem yang memiliki daya beda tinggi tersebut. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai sebesar 0,888, sehingga skala perilaku konsumtif ini dapat dianggap reliabel. Detail dari sebaran uji coba dengan daya diskriminasi item yang rendah dan paling tinggi pada skala perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:



**Tabel 7. Rincian Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah pada Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Jumlah Aitem		DBT	DBR
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1	Pembelian Impulsif ( <i>impulsive buying</i> )	1*, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	9	1
2	Pembelian Rasional ( <i>non-rational buying</i> )	Tidak ( <i>non-</i> 11, 12, 13, 14, 15*	16, 17*, 18, 19, 20	8	2
3	Pembelian Berlebihan ( <i>wasteful buying</i> )	21, 22, 23, 24, 25	26, 27, 28*, 29, 30*	8	2
<b>Jumlah</b>				<b>25</b>	<b>5</b>

\*) daya beda aitem rendah

Keterangan : DBT : Daya Beda Tinggi

DBR : Daya Beda Rendah

## 2) Skala Konformitas

Dari hasil uji coba diskriminasi pada skala konformitas yang terdiri dari 20 item, ditemukan nilai reliabilitasnya 0,895 yang diuji menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Dari data tersebut, terlihat 18 aitem menunjukkan nilai daya beda yang tinggi, dengan rentang antara 0,253 hingga 0,806, sementara 2 aitem memiliki nilai daya beda rendah, yaitu -0,059. Setelah mengetahui rentang nilai daya beda aitem terendah dan tertinggi, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas kembali pada 18 aitem yang memiliki daya beda tinggi tersebut. Hasil uji reliabilitas pada skala ini menunjukkan nilai sebesar 0,910, sehingga skala konformitas dapat dianggap reliabel. Detail dari sebaran uji coba dengan daya diskriminasi yang rendah dan paling tinggi pada skala konformitas adalah:

**Tabel 8. Rincian Sebaran Aitem Berdaya Bada Tinggi dan Rendah pada Skala Konformitas**

No	Aspek	Jumlah Aitem		DBT	DBR
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1	Pengaruh Sosial Normatif	1, 2, 3, 4, 5	6, 7*, 8, 9, 10	9	1
2	Pengaruh Sosial Informasional	11, 12, 13, 14, 15	16, 17, 18, 19, 20*	9	1
<b>Jumlah</b>				<b>18</b>	<b>2</b>

\*) daya beda aitem rendah

Keterangan : DBT : Daya Bada Tinggi

DBR : Daya Bada Rendah

### 3) Skala Kontrol Diri

Berdasarkan hasil uji coba diskriminasi pada skala kontrol diri yang terdiri dari 30 item, didapatkan nilai reliabilitasnya 0,901 yang diujikan menggunakan metode *alpha cronbach*. Dari data tersebut, terlihat bahwa 23 aitem menunjukkan nilai daya beda yang tinggi, dengan rentang antara 0,279 hingga 0,798, sementara 7 aitem lainnya memiliki nilai daya beda rendah, berkisar antara -0,696 hingga 0,226. Setelah mengetahui rentang nilai daya beda aitem terendah dan tertinggi, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas kembali pada 23 item yang memiliki daya beda tinggi tersebut. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai sebesar 0,936, sehingga skala kontrol diri dapat dianggap reliabel. Detail dari sebaran uji coba dengan daya diskriminasi item yang rendah dan paling tinggi pada skala kontrol diri adalah sebagai berikut:



**Tabel 9. Rincian Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah pada Skala Kontrol Diri**

No	Aspek	Jumlah Aitem		DBT	DBR
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1	Kontrol Perilaku ( <i>behavior control</i> )	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	10	0
2	Kontrol Kognitif ( <i>cognitive control</i> )	11, 12*, 13*, 14, 15	16, 17*, 18*, 19, 20	6	4
3	Kontrol Keputusan ( <i>decisional control</i> )	21, 22*, 23*, 24, 25	26, 27*, 28, 29 30	7	3
<b>Jumlah</b>				<b>23</b>	<b>7</b>

\*) daya beda aitem rendah

Keterangan : DBT : Daya Beda Tinggi

DBT : Daya Beda Rendah

**e. Penomoran Ulang**

**1) Skala Perilaku Konsumtif**

Langkah berikutnya setelah nilai daya beda aitem yang tinggi dan rendah sudah diketahui, yakni mengatur kembali pernyataan item dengan menetapkan nomor baru sesuai dengan urutan yang telah direncanakan. Item pernyataan yang memiliki nilai daya diskriminasi yang tinggi akan tetap dipertahankan dan menjadi pokok utama dalam penelitian. Sementara itu, item pernyataan yang memiliki nilai daya beda yang rendah akan dihilangkan atau dihapuskan. Penyusunan ulang pernyataan aitem ini penting untuk menjamin instrumen pengukuran yang dipakai didalam sebuah penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang baik serta mampu menggambarkan konstruk atau variabel yang ingin diteliti dengan akurat. Dengan demikian, proses analisis data dapat dilakukan dengan lebih tepat dan hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya. Berikut adalah detail susunan pernyataan item perilaku konsumtif dengan nomor baru:

**Tabel 10. Sebaran Nomor Aitem Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pembelian Impulsif ( <i>impulsive buying</i> )	2 (1), 3 (2), 4 (3), 5 (4)	6 (5), 7 (6), 8 (7), 9 (8), 10 (9)	9
2	Pembelian Tidak Rasional ( <i>non-rational buying</i> )	11 (10), 12 (11), 13 (12), 14 (13)	16 (14), 18 (15), 19 (16), 20 (17)	8
3	Pembelian Berlebihan ( <i>wasteful buying</i> )	21 (18), 22 (19), 23 (20), 24 (21), 25 (22)	26 (23), 27 (24), 29 (25)	8
<b>Jumlah</b>		<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

Keterangan: nomor didalam kurung (..) adalah nomor baru

## 2) Skala Konformitas

Langkah berikutnya setelah nilai daya beda aitem yang tinggi dan rendah sudah diketahui, yaitu menyusun kembali item-item yang sudah dibedakan dengan menetapkan nomor baru sesuai dengan urutan yang telah direncanakan. Item yang mendapatkan nilai daya diskriminasi tinggi akan menjadi pokok utama dalam penelitian ini, karena item-item tersebut memiliki kemampuan yang baik untuk memisahkan antara responden yang memiliki tingkat perilaku atau karakteristik tertentu dengan responden yang lainnya. Sedangkan pernyataan aitem yang memiliki nilai daya beda rendah tidak memberikan kontribusi yang signifikan dalam membedakan antara responden. Oleh karena itu, pernyataan aitem ini akan dihapuskan dari analisis lebih lanjut. Dengan melakukan penyusunan ulang pernyataan aitem berdasarkan nilai daya diskriminasi, penelitian akan lebih terfokus pada aspek-aspek yang lebih relevan dan signifikan dalam memahami fenomena yang sedang diteliti. Berikut adalah detail susunan pernyataan item konformitas dengan nomor baru:

**Tabel 11. Sebaran Nomor Aitem Skala Konformitas**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pengaruh Sosial Normatif	1, 2, 3, 4, 5	6, 8 (7), 9(8), 10 (9)	9
2	Pengaruh Sosial Informasional	11 (10), 12 (11), 13 (12), 14 (13), 15 (14)	16 (15), 17 (16), 18 (17), 19 (18)	9
<b>Jumlah</b>		<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>

Keterangan: nomor didalam kurung (..) adalah nomor baru

### 3) Skala Kontrol Diri

Setelah mengetahui tinggi rendahnya nilai daya beda aitem, langkah yang harus dilakukan selanjutnya yakni mengatur kembali item pernyataan dengan menetapkan nomor yang baru sesuai urutan yang telah ditentukan. Item pernyataan yang memiliki nilai daya diskriminasi yang tinggi akan dipertahankan dan menjadi pokok utama dalam penelitian ini, karena item-item tersebut memiliki kemampuan yang baik untuk memisahkan antara responden yang memiliki tingkat perilaku atau karakteristik tertentu dengan responden yang lainnya. Sedangkan aitem-aitem yang memiliki nilai daya beda rendah biasanya tidak memberikan kontribusi yang signifikan dalam membedakan antara responden. Oleh karena itu, pernyataan aitem ini dapat dihapuskan atau digugurkan dari analisis lebih lanjut. Dengan menyusun ulang pernyataan aitem berdasarkan nilai daya diskriminasi, penelitian dapat lebih fokus pada aspek yang lebih relevan dan signifikan dalam memahami fenomena yang sedang diteliti. Berikut adalah detail susunan pernyataan item kontrol diri dengan nomor yang baru:

**Tabel 12. Sebaran Nomor Aitem Skala Kontrol Diri**

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Kontrol Perilaku ( <i>behavior control</i> )	1, 2, 3, 4, 5	6, 7, 8, 9, 10	10
2	Kontrol Kognitif ( <i>cognitive control</i> )	11, 14 (12), 15 (13)	16 (14), 19 (15), 20 (16)	6
3	Kontrol Keputusan ( <i>decisional control</i> )	21 (17), 24 (18), 25 (19)	26 (20), 28 (21), 29 (22), 30 (23)	7
<b>Jumlah</b>		<b>11</b>	<b>12</b>	<b>23</b>

Keterangan: nomor didalam kurung (..) adalah nomor baru

### B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian berlangsung sesudah dilakukannya uji coba terhadap instrument pengukuran. Tujuan dilakukannya uji coba pada penelitian ini yaitu untuk menentukan jumlah aitem yang memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai instrumen pengambilan data didalam sebuah penelitian. Populasi dalam penelitian ini yakni sebanyak 242 responden yang kemudian penetapan besarnya sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan memakai tabel pengambilan sampel yang dikembangkan oleh Isaac & Michael dengan tingkat kesalahan 5%, yang menghasilkan jumlah sampel sebesar 142 orang, dari total populasi 240. Sehingga sampel dalam penelitian ini terdiri dari 142 orang. Namun, data yang berhasil terkumpul hanya 105 responden. Untuk menentukan sampel didalam penelitian ini memakai teknik *simple random sampling*, dimana proses pengacakannya dilakukan melalui bantuan *microsoft excel*. Penelitian dilaksanakan secara *online* mulai dari tanggal 25 april 2024 hingga 9 mei 2024 dengan menggunakan platform *google form* pada link berikut: <https://bit.ly/PenelitianKumala>. Peneliti membagikan link tersebut secara *online* kepada masing-masing responden melalui aplikasi *WhatsApp*.

## C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

### 1. Uji Asumsi

Pengolahan data dapat dijalankan setelah seluruh data penelitian terkumpul. Pada tahap pengolahan data ini, peneliti menggunakan serangkaian uji asumsi seperti uji normalitas, uji linieritas, dan uji multikolinieritas. Sebelum peneliti melanjutkan pada tahap analisis korelasi, ketiga uji asumsi tersebut harus dipenuhi terlebih dahulu. Uji asumsi dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan program bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics* versi 25.

#### a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas dalam sebuah penelitian adalah untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data pada setiap variabel. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas data pada penelitian ini yaitu memakai metode *One-Sample Kolmogrov Smirnov Z*. Apabila nilai taraf signifikansi  $> 0,05$  ( $p > 0,05$ ), maka ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Sebaliknya, apabila nilai taraf signifikansi  $< 0,05$  ( $p < 0,05$ ), maka data penelitian dinyatakan tidak berdistribusi secara normal.

**Tabel 13. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Mean	Standar Deviasi	KS-Z	Sig.	P	Ket
Perilaku Konsumtif	65.1619	11.26185	0.081	0.087	$> 0.05$	Normal
Konformitas	43.1905	8.54299	0.107	0.005	$< 0.05$	Tidak Normal
Kontrol Diri	63.8667	13.67625	0.076	0.151	$> 0.05$	Normal

Dari hasil uji normalitas pertama, variabel konformitas tidak terdistribusi dengan normal. Sehingga dilakukan uji normalitas kedua dengan menggunakan nilai residual dari ketiga variabel dalam penelitian ini. Berdasarkan uji normalitas yang kedua menunjukkan taraf signifikansi sebesar 0,200. Dikarenakan taraf signifikansinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data dari ketiga variabel ini secara keseluruhan berdistribusi secara normal. Hal ini memenuhi syarat



untuk melakukan analisis menggunakan uji non-parametrik. Dengan demikian, peneliti dapat melanjutkan analisis data menggunakan teknik uji non-parametrik yang sesuai karakteristik data yang telah terverifikasi sebagai terdistribusi secara normal.

**Tabel 14. Hasil Uji Normalitas Dengan Menggunakan Nilai Residual**

Unstandardized Residual	Mean	Standar Deviasi	KS-Z	Sig.	P	Ket
	0.000	6.118	0.061	0.200	> 0.05	Normal

#### b. Uji Linieritas

Uji linieritas yang digunakan didalam sebuah penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel tergantung dan variabel bebas. Variabel-variabel yang ada didalam sebuah penelitian dianggap memiliki hubungan yang linier jika nilai signifikansi  $F_{linear} < 0,05$  ( $P < 0,05$ ). Sebaliknya jika nilai signifikansi  $F_{linear} > 0,05$  ( $P > 0,05$ ) hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan yang linier antara variabel independen dan dependen.

**Tabel 15. Hasil Uji Linieritas**

Variabel	$F_{linear}$	Sig	Keterangan
Perilaku Konsumtif dengan Konformitas	182.761	0.000	Linear
Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri	246.131	0.000	Linear

Berdasarkan hasil analisis data uji linearita, diperoleh nilai *deviation from linearity* pada variabel perilaku konsumtif dan variabel konformitas sebesar 0,451 ( $p > 0,05$ ), hal ini menunjukkan adanya hubungan yang linier secara signifikan antara variabel perilaku konsumtif dan variabel konformitas. Begitu juga nilai *deviation from linearity* pada variabel perilaku konsumtif dan variabel kontrol diri sebesar 0,194 ( $p > 0,05$ ), hal ini menunjukkan adanya hubungan yang linier antara variabel perilaku konsumtif dan variabel kontrol diri.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk menilai apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dalam satu model regresi. Model regresi dianggap baik ketika variabel bebas tidak memiliki korelasi yang tinggi. Jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai toleransi  $> 0,1$ , maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Dalam penelitian ini, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada variabel konformitas (X1) dan variabel kontrol diri (X2) adalah  $4,423 < 10$  dan nilai *Tolerance Value*  $0,226 > 0,1$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini memakai analisis regresi berganda. Analisis tersebut bertujuan untuk mengevaluasi hubungan diantara ketiga variabel didalam penelitian ini. Dari hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas, kontrol diri, dan perilaku konsumtif, dengan nilai korelasi R 0.840 dan nilai  $F_{hitung}$  121,782, dengan taraf signifikansi 0.000 ( $p < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat terdapat korelasi yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada komunitas Army Salatiga.

Nilai koefisien prediktor untuk variabel konformitas sebesar (0,421), sementara untuk variabel kontrol diri sebesar (-0,448), dengan konstanta sebesar 75,607. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $Y=75,607+ (0,421)X1+ (-0,448)X2$ . Artinya, setiap unit perubahan dalam konformitas akan menghasilkan perubahan sebesar (0,421) unit dalam perilaku konsumtif, sedangkan setiap unit perubahan dalam kontrol diri akan menghasilkan perubahan sebesar (0,448) unit dalam perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis hipotesis pertama, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas dalam penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien determinasi (R square) sebesar 0,705. Variabel konformitas memberikan kontribusi sebesar 24,23% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan variabel kontrol diri memberikan kontribusi sebesar 36,31%. Sementara itu, 29,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar lingkup penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, menunjukkan bahwa konformitas dengan kontrol diri secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif.

**b. Hipotesis Kedua**

Pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini menggunakan korelasi parsial, yang bertujuan untuk mengevaluasi hubungan variabel bebas (X1) dengan variabel tergantung (Y) setelah mengontrol pengaruh variabel lainnya. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua antara variabel bebas konformitas (X1) dengan variabel tergantung perilaku konsumtif (Y), diperoleh nilai korelasi parsial  $r_{x1y}$  0,269, dengan tingkat signifikansi 0,006 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada komunitas Army Salatiga. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat konformitas, semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas, semakin rendah perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

**c. Hipotesis Ketiga**

Pengujian hipotesis ketiga pada penelitian ini menggunakan korelasi parsial, tujuannya adalah untuk mengevaluasi hubungan antara variabel bebas (X2) dengan variabel tergantung (Y) setelah mengontrol pengaruh variabel lainnya. Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga antara variabel bebas kontrol diri (X2) dengan variabel tergantung perilaku konsumtif (Y), diperoleh nilai korelasi parsial  $r_{x2y}$  (- 0,430) dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan adanya hubungan

negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada komunitas Army Salatiga. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat kontrol diri, semakin tinggi perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang diusulkan pada penelitian ini dapat diterima.

#### D. Deskripsi Hasil Pembahasan

Deskripsi hasil dari data penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan skor yang diperoleh subjek dalam pengukuran, dan kondisi subjek terkait atribut yang sedang diteliti. Model distribusi normal dipakai sebagai teknik untuk mengkategorisasikan subjek secara normatif dengan tujuan untuk mengelompokkan menjadi kelompok berjenjang berdasarkan variabel yang sedang diselidiki. Berikut ini adalah tabel kategorisasi norma subjek pada penelitian ini:

**Tabel 16. Kategorisasi Norma**

Rentang Skor	Kategorisasi
$X \leq \mu - 1.5\delta$	Sangat Rendah
$\mu - 1.5\delta < X \leq \mu - 0.5\delta$	Rendah
$\mu - 0.5\delta < X \leq \mu + 0.5\delta$	Sedang
$\mu + 0.5\delta < X \leq \mu + 1.5\delta$	Tinggi
$\mu + 1.5\delta < X$	Sangat Tinggi

Keterangan:  $\delta$  = Standar deviasi hipotetik  
 $\mu$  = Mean hipotetik  
 $X$  = Skor yang diperoleh

#### 1. Deskripsi Data Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif berjumlah 25 pernyataan yang memiliki tingkat diskriminasi tinggi, dan setiap pernyataan diberikan nilai dalam rentang nilai 1 sampai 4. Pada skala perilaku konsumtif ini, subjek memperoleh nilai minimal sebesar 25, yang didapatkan dari  $(25 \times 1)$ , nilai maksimal sebesar 100, yang didapatkan dari  $(25 \times 4)$ , rentang skor pada skala perilaku konsumtif ini adalah 75, yang didapatkan dari  $(100 - 25)$ , nilai standar deviasi sebesar 15, yang didapatkan dari  $([100 - 25] / 5)$ , serta rata-rata (mean) hipotetis dalam penelitian ini sebesar 62,5, yang didapatkan dari  $([100 - 25] / 2)$ .

Berdasarkan deskripsi data pada skala perilaku konsumtif, ditemukan nilai minimum empirik sebesar 44, nilai maksimum empirik sebesar 89, rata-rata (mean) empirik senilai 65,16, dan standar deviasi empirik sebesar 11,262.

**Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif**

	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimum	44	25
Skor Maksimum	89	100
Mean (M)	65,16	62,5
Standar Deviasi	11,262	15

Berdasarkan rata-rata (mean) empirik yang diperoleh diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa rentang nilai subjek tergolong tinggi dengan perolehan skor sebesar 65,16. Berikut ini adalah kategori norma subjek pada skala perilaku konsumtif:

**Tabel 18. Kategorisasi Norma Skala Perilaku Konsumtif**

<b>Norma</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
$85 < 100$	Sangat Tinggi	3	2.9%
$70 < X \leq 85$	Tinggi	27	25.7%
$55 < X \leq 70$	Sedang	54	51.4%
$40 < X \leq 55$	Rendah	21	20.0%
$25 \leq 40$	Sangat Rendah	0	0%
Total		105	100%



**Gambar 1. Kategorisasi Norma Skala Perilaku Konsumtif**

## 2. Deskripsi Data Konformitas

Skala Skala konformitas pada penelitian ini terdiri dari 18 item dengan daya diskriminasi tinggi, dan setiap item diberi skor dalam rentang nilai 1 sampai 4. Pada skala konformitas ini, subjek memperoleh nilai minimum sebesar 18, yang didapatkan dari (18x1), nilai maksimum sebesar 72, yang didapatkan dari (18x4), rentang skor pada skala konformitas ini adalah 54, yang didapatkan dari (72-18), nilai standar deviasi dalam penelitian ini sebesar 10,8,



yang didapatkan dari  $([72-18]/5)$ , serta rata-rata (mean) hipotetis sebesar 45, yang didapatkan dari  $([72+18]/2)$ .

Dari deskripsi skor pada skala konformitas diatas, diperoleh nilai minimum empirik sebesar 28, nilai maksimum empirik sebesar 67, rata-rata (mean) empirik sebesar 43,19, dan nilai standar deviasi empirik sebesar 8,543.

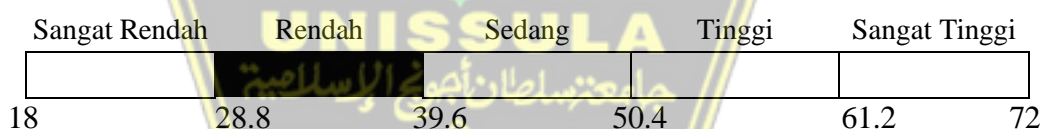
**Tabel 19. Deskripsi Skor Skala Konformitas**

	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimum	28	18
Skor Maksimum	67	72
Mean (M)	43,19	45
Standar Deviasi	8,543	10.8

Berdasarkan nilai rata-rata (mean) empirik diatas, rentang nilai subjek pada skala konformitas tergolong rendah dengan perolehan skor sebesar 43,19. Berikut adalah kategori norma subjek pada skala konformitas:

**Tabel 20. Kategorisasi Norma Skala Konformitas**

<b>Norma</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
$61.2 < 72$	Sangat Tinggi	3	2.9%
$50.4 < X \leq 61.2$	Tinggi	17	16.1%
$39.6 < X \leq 50.4$	Sedang	41	39.0%
$28.8 < X \leq 39.6$	Rendah	43	41.0%
$18 \leq 28.8$	Sangat Rendah	1	1.0%
	Total	105	100%



**Gambar 2. Kategorisasi Norma Skala Konformitas**

### 3. Deskripsi Data Kontrol Diri

Skala kontrol diri terdapat 23 item yang memiliki tingkat deskriminasi tinggi, dan setiap item diberi skor dalam rentang nilai 1 hingga 4. Pada penelitian ini, subjek memperoleh nilai minimum sebesar 23, yang didapatkan dari  $(23 \times 1)$ , nilai maksimum sebesar 92, yang didapatkan dari  $(23 \times 4)$ , rentang skor pada skala kontrol diri sebesar 69, yang didapatkan dari  $(92-23)$ , nilai standar deviasi pada penelitian ini adalah 13,8, yang didapatkan dari  $([92-$

23]/5), serta rata-rata (mean) hipotetis sebesar 57,5, yang didapatkan dari  $([92+23]/2)$ .

Dari deskripsi skor skala konformitas, ditemukan nilai minimum empirik sebesar 36, nilai maksimum empirik sebesar 89, nilai rata-rata (mean) empirik sebesar 63,87, dan nilai standar deviasi empirik sebesar 13,676.

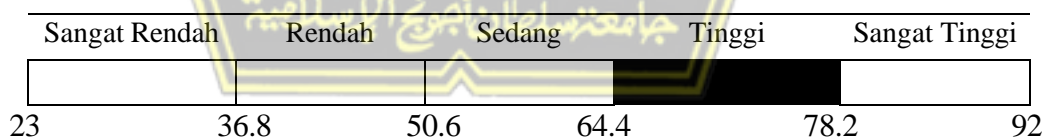
**Tabel 21. Deskripsi Skor Skala Kontrol Diri**

	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimum	36	23
Skor Maksimum	89	92
Mean (M)	63.87	57.5
Standar Deviasi	13.676	13.8

Berdasarkan rata-rata (mean) empirik, dapat ditarik kesimpulan bahwa rentang nilai subjek berada pada tingkat yang tinggi dengan perolehan skor 63,87. Di bawah ini adalah kategori norma yang diterapkan oleh subjek dalam skala kontrol diri:

**Tabel 22. Kategorisasi Norma Skala Kontrol Diri**

<b>Norma</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
$78.2 < 92$	Sangat Tinggi	16	15.2%
$64.4 < X \leq 78.2$	Tinggi	38	36.1%
$50.6 < X \leq 64.4$	Sedang	28	26.7%
$36.8 < X \leq 50.6$	Rendah	22	21.0%
$23 \leq 36.8$	Sangat Rendah	1	1.0%
Total		105	100%



**Gambar 3. Kategorisasi Norma Skala Kontrol Diri**

## E. Pembahasan

Tujuan pelaksanaan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menguji apakah terdapat hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif diantara penggemar BTS di dalam komunitas Army Salatiga. Hipotesis pertama diuji memakai teknik analisis regresi berganda. Dari hasil dari uji korelasi antara variabel konformitas dan variabel kontrol diri dengan variabel perilaku

konsumtif menunjukkan koefisien korelasi R 0,840 dan  $F_{hitung}$  121,782, dan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat korelasi antara kedua variabel bebas dengan variabel tergantung pada penelitian ini dengan kontribusi efektif yang diberikan sebesar 70,5%, sedangkan 29,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar penelitian.

Pradipta & Kustanti (2021) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dan konformitas saling berkaitan, karena seseorang dengan konformitas yang tinggi akan mengubah perilakunya agar sesuai dengan kelompoknya. Konformitas adalah bentuk pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan perilakunya agar sesuai dengan norma sosial (Sarwono & Meinarno dalam Pradipta & Kustanti, 2021). Sedangkan menurut Baron & Byrne (dalam Durandt & Wibowo, 2021) menyatakan bahwa konformitas merupakan salah satu bentuk pengaruh sosial dimana setiap anggota kelompok mengubah sikap dan perilakunya agar sesuai dengan norma yang ada dalam kelompoknya. Hal tersebut selaras dengan yang dikemukakan oleh Spangenberg, Sprott, Grohmann dan Smith (dalam Fitriyani et al., 2013) yang menyatakan bahwa seseorang yang telah melakukan pembelian atau pemakaian produk karena adanya tekanan atau paksaan dari kelompok, maka hal tersebut dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran yang sangat penting pada individu tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan pendapat Fardhani dan Izzati (dalam Basri & Kuswanti, 2019) bahwa perilaku konsumtif juga dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor internal atau faktor dari dalam diri individu itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal atau faktor dari luar diri individu yang menyebabkan individu tersebut berperilaku konsumtif salah satunya yaitu kelompok referensi. Konformitas yang terjadi dilakukan oleh anggota kelompok untuk menyesuaikan diri dengan mengikuti norma-norma kelompok tanpa adanya tekanan atau paksaan.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan temuan Indah Haryani & Jhon Herwanto (2014) tentang hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. Dari hasil penelitian tersebut, ditemukan nilai korelasi R adalah 0,539 dan  $F_{hitung}$  sebesar 23,994, dan taraf

signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik di kalangan mahasiswi.

Hasil uji hipotesis kedua dalam penelitian ini memakai uji korelasi parsial antara variabel konformitas dan variabel perilaku konsumtif, didapatkan nilai koefisien korelasi  $r_{x1y}$  0,269 dan tingkat taraf signifikansi 0,006 ( $p < 0,05$ ). Hal ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara tingkat konformitas dengan perilaku konsumtif dalam komunitas Army Salatiga. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat konformitas, semakin tinggi perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas, semakin rendah perilaku konsumtif. Kontribusi efektif variabel konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 24,23%. Oleh sebab itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima.

Aqila (2020) menyatakan bahwa konformitas dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Dalam penelitiannya diungkapkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat konformitas dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat konformitas, semakin tinggi kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Dan sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas, semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Hasil analisis data menunjukkan koefisien korelasi  $r_{x1y}$  sebesar 0,866, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), dan kontribusi efektif variabel konformitas dengan perilaku konsumtif mencapai 74,9%.

Menurut Efendi (Devianti & Jannah, 2022) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor kepribadian, salah satunya yaitu kontrol diri. Individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang baik cenderung mampu merespon lingkungannya dengan baik, termasuk dalam melakukan pembelian. Kontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki individu untuk menahan, mengatur, menyusun dan mengarahkan perilaku kearah yang sifatnya positif (Tanya et al., 2020). Sedangkan menurut Harapahap (Wulandari, 2022) kontrol diri adalah cara yang biasanya dilakukan oleh individu untuk mengatur atau mengendalikan emosi dan perilaku pada dirinya sendiri. Individu yang memiliki kemampuan dalam mengendalikan diri dengan baik maka ia akan belajar mengenai bagaimana caranya untuk

mengontrol dirinya dalam melakukan pembelian, sehingga individu yang memiliki pengendalian diri yang baik dapat mengatur pembelian barang-barang yang sesuai dengan kebutuhannya.

Hasil uji hipotesis ketiga dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi parsial antara variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif, hasil analisis menunjukkan nilai  $r_{x2y}$  (-0,430) dengan taraf signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini mengindikasikan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Army Salatiga, di mana semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri, semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Kontribusi efektif dari variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 36,31%. Oleh sebab itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima.

Fuadi (2018) menyatakan bahwa kontrol diri memiliki dampak pada perilaku konsumtif. Dalam penelitiannya, ia menemukan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, semakin tinggi kontrol diri seseorang, semakin rendah perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya. Dari hasil analisis data diperoleh nilai koefisien korelasi  $r_{xy}$  (-0.358) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008 ( $p < 0,05$ ), dan kontrol diri berkontribusi secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan persentase sebesar 12,8%.

Selain itu, terdapat perbedaan antara hasil wawancara dan hasil analisis data dalam deskripsi data skor variabel-variabel tersebut. Skor perilaku konsumtif tergolong tinggi sebesar 65,16 dengan presentase 44,8%, skor konformitas tergolong rendah sebesar 43,19 dengan presentase 40%, dan skor kontrol diri tergolong tinggi sebesar 63,87 dengan presentase 30,5%. Pada hasil wawancara dengan tiga anggota Army Salatiga menyatakan bahwa ia berperilaku konsumtif dalam pembelian *merchandise* karena adanya konformitas dalam kelompok yang sama dan kurang mempunyai pengendalian diri yang baik. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan usia antara subjek yang di wawancarai dengan subjek yang memberikan respon atau jawaban dalam skala penelitian ini. Sehingga karena adanya ketidaksamaan usia dalam mengisi skala penelitian ini dapat berpotensi dan

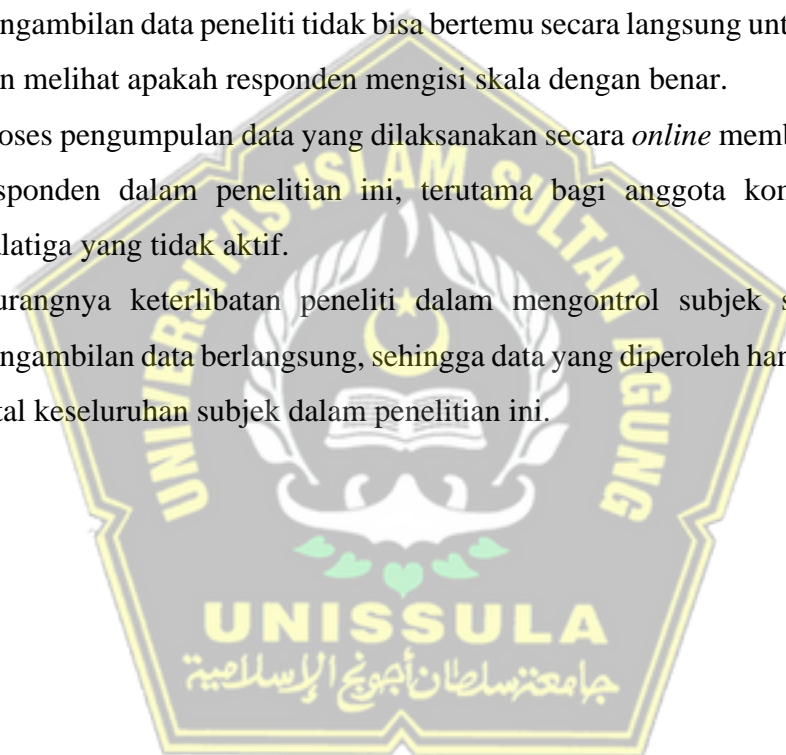


berpengaruh pada hasil analisis data dengan hasil wawancara yang telah didapatkan sebelumnya.

#### F. Kelemahan Penelitian

Kelemahan dan kekurangan yang perlu diperhatikan dalam penyusunan penelitian ini, antara lain:

1. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan *google form* dengan bantuan sosial media berupa aplikasi *WhatsApp*, sehingga pada proses pengambilan data peneliti tidak bisa bertemu secara langsung untuk mengawasi dan melihat apakah responden mengisi skala dengan benar.
2. Proses pengumpulan data yang dilaksanakan secara *online* membatasi cakupan responden dalam penelitian ini, terutama bagi anggota komunitas Army Salatiga yang tidak aktif.
3. Kurangnya keterlibatan peneliti dalam mengontrol subjek selama proses pengambilan data berlangsung, sehingga data yang diperoleh hanya sedikit dari total keseluruhan subjek dalam penelitian ini.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima
2. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif, dimana semakin tinggi tingkat konformitas, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah konformitas, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Sehingga hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima
3. Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi tingkat kontrol diri, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Sehingga hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan penelitian yang telah disampaikan, berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan dan dapat dipertimbangkan:

1. Bagi Army Salatiga

- a. Konformitas

Para penggemar BTS khususnya yang tergabung dalam komunitas Army Salatiga diharapkan dapat mengurangi konformitas dalam pembelian barang-barang yang tidak sesuai. Para anggota Army Salatiga juga dapat mengurangi tingkat konformitas dengan menghindari pembelian yang hanya sekedar mengikuti tren atau agar terlihat dan sama dengan anggota

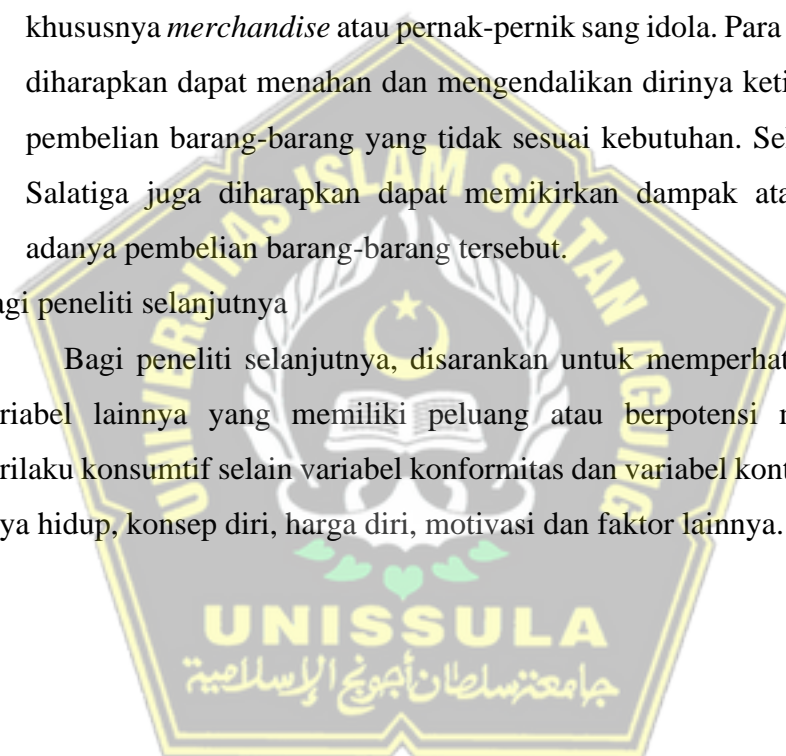
kelompok lainnya. Diharapkan untuk para anggota Army Salatiga dapat mengatur dan memahami skala prioritas dalam melakukan pembelian barang-barang yang kurang dibutuhkan. Selain itu, para anggota Army Salatiga juga dapat meningkatkan kegiatan-kegiatan positif untuk mendukung idolanya dan dapat bermanfaat bagi orang-orang disekitar.

b. Kontrol Diri

Para anggota army salatiga diharapkan untuk dapat mempertahankan kontrol diri dalam pembelian barang-barang yang kurang dibutuhkan khususnya *merchandise* atau pernak-pernik sang idola. Para Army Salatiga diharapkan dapat menahan dan mengendalikan dirinya ketika melakukan pembelian barang-barang yang tidak sesuai kebutuhan. Selain itu, Army Salatiga juga diharapkan dapat memikirkan dampak atau akibat dari adanya pembelian barang-barang tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperhatikan variabel-variabel lainnya yang memiliki peluang atau berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif selain variabel konformitas dan variabel kontrol diri seperti gaya hidup, konsep diri, harga diri, motivasi dan faktor lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aqila, V. (2020). *Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada kelompok arisan cafe uma 84*. 1–61. [reprostory.uma.ac.id](http://reprostory.uma.ac.id)
- Azmi, H. T. (2022). *Bts sebagai agensi besar industri k-pop dan relasinya dengan eksternal relations army indonesia*. *June*, 0–12.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas* (Edisi IV). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2022). *Penyusunan skala psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Basri, M., & Kuswanti, H. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi ppapk fkip universitas tanjungpura pontianak. -, 1–10.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan reliabilitas penelitian. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*. Mitra Wacana Media.
- Chaq, M. C., Suharman, & Rini, A. P. (2018). Religiusitas, kontrol diri dan agresivitas verbal remaja. *Fenomena : Jurnal Psikologi*, 8(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Deviyanti, N., & Jannah, M. (2022). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada atlet mahasiswa. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 9.
- Durandt, D. C., & Wibowo, D. H. (2021). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pakaian pada remaja akhir. *Humanlight Journal of Psychology*, 2(2), 1–12. <http://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/humanlight>
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism of consumptive behavior of merchandise purchasing in student boyband fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2339>
- Fidaiyu, F. A., Sulitiani, W., & Mahastuti, D. (2019). Hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi universitas hang tua surabaya. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional, Temilnas XII*, 32–39. <https://ojs.unm.ac.id/Temilnas/article/view/20012/0>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1).
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media sosial dan perilaku konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>

- Fuadi, A. I. (2018). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa/I Psikologi Di Universitas Medan Area. *Uma*, 2, 1–11. [http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/9718/1/Ali Imron Fuadi - fulltext.pdf](http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/9718/1/Ali%20Imron%20Fuadi%20-%20fulltext.pdf)
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran konformitas sebagai mediator hubungan harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48–59. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Indah Haryani, & Jhon Herwanto. (2014). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(Juni), 5–11.
- Khoiriyah, S. F., & Hakim, Z. A. (2021). Perilaku konsumtif produk kosmetik ditinjau dari konsep diri pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 4(1), 21. <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/jpt.v3i2.8876>
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Martasari, K., & Arisandy, D. (2018). Kohesivitas teman sebaya dalam konformitas pada remaja sekolah. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 12, 01–10. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v12i1.583>
- Nofitriani, N. N. (2020). Hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget pada siswa kelas xii sman 8 bogor. *IKRA-ITH Humaniora*, 4(1), 53–65. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/668>
- Pradipta, & Kustanti, E. R. (2021). Konsumtif mahasiswa di coffeeshop semarang. *Jurnal Empati*, 10(3), 167–174. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/31280>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Putri, N. L. T., Bakar, R. M., & Hamid, A. N. (2023). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar k-pop. *Peshum : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(5), 868–874. <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i5.2204>
- Putri, S. M., & Zulfiningrum, R. (2022). Budaya penggemar bts dalam komunitas bts\_armysemarang. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.



- Saleh, R., Wantini, & A.M, D. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Psikologi Islam. *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, 14(2), 92–104. <http://dx.doi.org/10.15548/5688>
- Septiani, D., Azzahra, P., Utami, A. R., & Nissa, N. (2022). Layanan bimbingan kelompok dalam mereduksi perilaku konsumtif pada siswa sma. *Jurnal Pendidikan*, 13(1).
- Setiawan, A., & Saragih, A. A. (2022). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada penggemar bts di medan. *Jurnal Islamika Granada*, 2(2), 60–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.51849/ig.v3i1.97>
- Setiawan, E. A. (2023). Kontrol diri terhadap pengambilan keputusan karier siswa. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(1).
- Siallagan, A. M., Derang, I., & Nazara, P. G. (2021). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di stikes santa elisabeth medan. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8(1), 54–61. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>
- Siallagan, M., Derang, I., Piarni, & Nazara, G. (2021). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di stikes santa elisabeth medan. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8, 54.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik dasar*. uki press.
- Sudarisman, H. S. V. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui online shop pada mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.43308>
- Sudewi, G. A. A. K., Gading, I. K., & Sudarsana, G. N. (2021). Pengembangan buku panduan konseling kognitif behavioral teknik self-management untuk meningkatkan self-control siswa. *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, 6(2), 7. <https://doi.org/10.23887/XXXXXX-XX-0000-00>
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. In *Alfabeta* (Vol. 2). Alfabeta.
- Tanya, S., Vidyarini, T. N., & Yogatama, A. (2020). Citra band k-pop bangtan sonyeondan (bts) di allkpop dan soompi. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2), 1–12.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri universitas diponegoro. *Empati*, 7, 189–195.

- Ulfairah, N. A. (2021). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di kecamatan sutera. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 5463–5475. <http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/index>
- Wulandari, D. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi z di kota padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178–186.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89–99. <https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p09>
- Yusron, A. A. (2020). Indonesia Jadi Negara ke-2 Terbanyak Memutar Lagu K-Pop. Detik.Hot. <https://hot.detik.com/kpop/d-4913437/indonesia-jadi-negara-ke-2-terbanyak-memutar-lagu-k-pop>
- Zufa, R. F., & Kushartati, S. (2021). Hubungan antara loneliness dan konformitas dengan kecenderungan perilaku bullying pada remaja. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 3(2), 97. <https://doi.org/10.26555/jptp.v3i2.21962>

